

PLAN DE NEGOCIOS DEW

WILMER YESID CEPEDA FIGUEROA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE
BOGOTÁ “UNIEMPRESARIAL”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
BOGOTÁ D.C.
2017

PLAN DE NEGOCIOS DEW
DEW distribución y comercialización S.A.S.

WILMER YESID CEPEDA FIGUEROA

Trabajo de grado para optar al título de: Profesional En Finanzas y Comercio Exterior

ASESOR
JUAN CARLOS CATUMBA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE
BOGOTÁ “UNIEMPRESARIAL”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR
PROMOCIÓN XIX
BOGOTÁ D.C.
2017

Tabla de contenido

Resumen	10
Abstract	11
Introducción.....	12
Formulación del problema.	12
Introducción	12
1. Presentación	15
1.1. Definición del negocio	15
1.2 Perfil del Emprendedor.....	16
2. Mercadeo	18
2.1 Producto y/o Servicio.....	18
Marcas a trabajar:	18
Necesidad:	22
Aspectos diferenciales:	24
2.2 mercado.....	26
Ámbito Geográfico.....	26
Público Objetivo.	27
Competencia.	40
Precio	44
Distribución	46
Cliente y Consumidor	47
2.6. Promoción.....	48
2.7. Proyecciones de ventas.....	49
3. Producción y calidad	52
3.1. Producción y prestación de servicios	52

Tecnologías necesarias	55
Gestión de stocks (inventarios)	56
3.2. Calidad	56
Control de calidad.	56
3.3. Equipos e infraestructura	57
3.4. Seguridad en el trabajo y medio ambiente.....	59
4. Organización y gestión.....	61
4.1. Planificación y temporalización	61
Planificación de ventas.....	61
Planificación de personal	62
Planificación de inversiones	63
Sistema de evaluación de resultados.....	64
4.2. Organización	65
Equipo	65
Organigrama	67
Organización del trabajo	67
4.3. Gestión de personal	68
Proceso de selección:	68
Formación	69
Retribución del emprendedor	69
Sueldos	70
5. Jurídico - tributario.....	73
5.1. Determinación de la forma jurídica.....	73
Determinación de la forma jurídica.....	73
Pasos para la tramitación de la forma jurídica de tu empresa.....	73

Costo.....	74
5.2. Aspectos laborales del emprendedor	74
Sistema general de seguridad social en pensiones	75
Sistema general de seguridad social en salud.	75
5.3. Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores	75
Modalidades contractuales.....	75
5.4. Obligaciones tributarias.....	76
Impuestos a pagar.....	76
5.5. Permisos, licencias y documentación oficial.....	76
Documentación oficial	77
5.6. Cobertura de responsabilidades.....	77
Seguros.....	77
5.7. Patentes, marcas y otros tipos de registros.....	78
6. Financiero.....	79
6.1. Sistema de cobros y pagos	79
6.2. Resumen de los datos financieros más relevantes	80
Inversión y Financiación.....	80
Ventas.....	81
Estado de pérdidas y ganancias.	82
Estado de resultados.....	83
Punto de Equilibrio.	84
Flujo de fondos.....	86
Periodo de recuperación.	86
Valor presente neto.....	87
Tasa Interna de retorno (TIR).....	87

Balance General.....	88
7. Valoración	89
7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles.....	89
Aspectos generales de la actividad.....	89
Debilidades y fortalezas del equipo Emprendedor	91
Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo.....	91
Debilidades y fortalezas del área de organización, gestión y calidad.....	92
Estrategia de desarrollo del proyecto.....	94
Prevenir las amenazas.....	94
Incentivar las oportunidades.	95
Disminuir las debilidades:.....	95
Complemento de fortalezas.	96
Referencias	99
Apéndice cotización Bodexcargo Importación.	101
Apéndice encuesta realizada.....	104
Apéndice investigación de mercados.....	107
Apéndice plan Financiero.	112

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 OBTENIDO DE: WWW.ROSAN.COM.MX	19
ILUSTRACIÓN 2 OBTENIDO DE: WWW.ALKOSTO.COM	19
ILUSTRACIÓN 3 OBTENIDA DE: WWW.ROSAN.COM.MX.....	20
ILUSTRACIÓN 4 OBTENIDA DE: WWW.ALKOSTO.COM.....	20
ILUSTRACIÓN 5 OBTENIDA DE: WWW.OSTER.COM	20
ILUSTRACIÓN 6 OBTENIDA DE: WWW.EBAY.COM	20
ILUSTRACIÓN 7 OBTENIDA DE: MERCADO LIBRE MÉXICO	20
ILUSTRACIÓN 8 OBTENIDO DE: WWW.SURTIRODAMIENTOS.COM.....	21
ILUSTRACIÓN 9 OBTENIDA DE: MERCADO LIBRE VENEZUELA	21
ILUSTRACIÓN 10 OBTENIDA DE: ES.WIKIPEDIA.ORG	21
ILUSTRACIÓN 11 OBTENIDA DE: WWW.ALIBABA.COM	21
ILUSTRACIÓN 12 OBTENIDO DE: WWW.SERVICOSTA.COM.....	22
ILUSTRACIÓN 13 OBTENIDO DE: WWW.ROSAN.COM.MEX	22
ILUSTRACIÓN 14 PANORAMA DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICO 2017 ANDI.....	23
ILUSTRACIÓN 15 PANORAMA DEL SECTOR ELECTRODOMÉSTICO 2017 ANDI 2.....	23
ILUSTRACIÓN 16 ESTRATO SOCIAL DE LOS ENCUESTADOS	28
ILUSTRACIÓN 17 NIVEL ACADÉMICO DE LOS ENCUESTADOS	28
ILUSTRACIÓN 18 CANAL DE COMPRA QUE USAN LOS ENCUESTADOS.....	29
ILUSTRACIÓN 19 MÉTODO DE PAGO QUE USAN LOS ENCUESTADOS.	30
ILUSTRACIÓN 20 PERIODICIDAD DE COMPRA DE LOS ENCUESTADOS.	31
ILUSTRACIÓN 21 INVERSIÓN MENSUAL EN REPUESTOS DE LOS ENCUESTADOS.....	31
ILUSTRACIÓN 22 GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE FRENTE A SUS PROVEEDORES ACTUALES.....	32
ILUSTRACIÓN 23 DEMANDA DE MARCAS ENTRE LOS ENCUESTADOS.	33
ILUSTRACIÓN 24 INTERÉS DE LOS ENCUESTADOS EN ENTABLAR NUEVAS RELACIONES COMERCIALES CON UNA EMPRESA QUE LES PROVEA MARCAS ANTERIORES.....	34
ILUSTRACIÓN 25 PARÁMETROS QUE TIENE EN CUENTA LOS ENCUESTADOS AL MOMENTO DE COMPRAR.....	35
ILUSTRACIÓN 26 TIEMPO DE ENTREGA QUE MANEJAN LOS ENCUESTADOS.	35

ILUSTRACIÓN 27 INTERÉS EN ENTABLAR RELACIONES COMERCIALES VERSUS LA OFERTA OFRECIDA POR PROVEEDORES	36
ILUSTRACIÓN 28 RELACIÓN PRECIO VERSUS OFERTA DE UN PRODUCTO EXCLUSIVO.....	37
ILUSTRACIÓN 29 PREFERENCIA DE LOS ENCUESTADOS A NEGOCIACIONES PRESENCIALES.....	38
ILUSTRACIÓN 30 PREFERENCIA ENTRE LOS ENCUESTADOS EN EL USO DE CATÁLOGOS.....	38
ILUSTRACIÓN 31 PERIODO DE PAGO A PROVEEDORES.	39
ILUSTRACIÓN 32 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS PROVEEDORES DE LOS ENCUESTADOS.	40
ILUSTRACIÓN 33 COTIZACIÓN REALIZADA POR ANDRÉS BERNAL GERENTE DE BODEXCARGO S.A.S	46
ILUSTRACIÓN 34 PROCESO LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN	47
ILUSTRACIÓN 35 GRAFICA DE PROYECCIÓN DE VENTAS.	49
ILUSTRACIÓN 36 PROCESO DE VENTA.	54
ILUSTRACIÓN 37 ORGANIGRAMA DE DEW.....	67
ILUSTRACIÓN 38 GRAFICA CxC Y CxP	79
ILUSTRACIÓN 39 GRAFICA DE COMPONENTES DE LA INVERSIÓN.	80
ILUSTRACIÓN 40 VENTAS PRIMER AÑO	81
ILUSTRACIÓN 41 GRAFICA DE VENTAS PROYECTADAS ANUALES.	82
ILUSTRACIÓN 42 PUNTO DE EQUILIBRIO VS. VENTAS PROYECTADAS.	85

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 MARCAS DE LOS REPUESTOS CON QUE TRABAJA DEW. IMÁGENES OBTENIDAS DE LAS PÁGINAS PRINCIPALES DE CADA MARCA.....	18
TABLA 2 REPUESTOS Y SUS CARACTERÍSTICAS	22
TABLA 3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	43
TABLA 4 PROYECCIÓN DE VENTAS	49
TABLA 5 PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES.....	50
TABLA 6 VENTAS POR PRODUCTO.....	51
TABLA 7 RECURSO HUMANO Y COLABORADORES.....	62
TABLA 8 RESUMEN DE INVERSIONES.....	63
TABLA 9 INVERSIÓN ARTÍCULOS TECNOLÓGICOS Y DE OFICINA.	63
TABLA 10 FINANCIACIÓN.....	64
TABLA 11 PLAN DE TRABAJO.	66
TABLA 12 PERFIL PROFESIONAL.....	67
TABLA 13 NOMINA ESTIMADA MENSUAL.....	71
TABLA 14 CARGA PRESTACIONAL MENSUAL.....	72
TABLA 15 COMPORTAMIENTO CxP Y CxC	79
TABLA 16 RESUSMEN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.	80
TABLA 17 RELACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	80
TABLA 18 DETALLE DE VENTAS MENSUALES PRIMER AÑO.....	81
TABLA 19 VENTAS PROYECTADAS POR AÑO.....	82
TABLA 20 ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS MES A MES.....	82
TABLA 21 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL.	83
TABLA 22 DETALLE DE PUNTO DE EQUILIBRIO POR UNIDADES Y EN VENTAS	84
TABLA 23 FLUJO DE FONDOS.....	86
TABLA 24 BALANCE GENERAL PROYECTADO.	88
TABLA 25 ANALISIS FODA	89
TABLA 26 COTIZACIÓN BODEXCARGO IMPORTACIÓN.....	101

Resumen

El sector de los repuestos electrodomésticos se ha visto marginado y degradado debido al poco interés de las grandes multinacionales por traer insumos y repuestos de sus máquinas al país por tal motivo este plan de empresa se realiza con el fin de ofrecer los repuestos electrodomésticos de ollas a presión, licuadoras, microondas y estufas a todas las pymes nacionales relacionadas con el sector de los electrodomésticos especialmente las de la ciudad de Bogotá en los sectores de Ciudad Bolívar, Puente Aranda y Chapinero Colombia.

Con la oportunidad de adquirir insumos y repuestos de los mismo a un precio competitivo y de calidad, entrando al mercado como un intermediario nace la empresa DEW (DEW Distribución y Comercialización S.A.S) que acercará a la pyme nacional con el fabricante internacional con lo cual aumentará la calidad del trabajo de las pymes dedicadas a esta labor.

Palabras Clave

Repuestos electrodomésticos, plan de empresa, pymes.

Abstract

The sector of the spares household appliances have been seen exclude and degraded due to the little interest for part of the multinationals for bring supplies and spares of the products so: pressure cookers, electric stove, blenders and microwave from commercialize to the country, for this reason this plan of business denominated DEW Distribution and Marketing S.A.S arises with the end of offer to every small and medium national companies of the sector of household appliances located in Bogota in the area of Ciudad Bolivar, Puente Aranda and Chapinero.

The opportunity of acquire supplies and spare to a price competitive and the high quality getting thus settle down like an intermediary with the objective of approach to the small and medium companies with the international manufacturer providing to this companies a considerable increase in the quality of the products that offer.

Keywords

Spares household appliances, national companies, Bussines plan.

Introducción

Formulación del problema.

¿Es viable financieramente la creación de una empresa dedicada a la compra y venta de repuestos electrodomésticos que presta el servicio de intermediación entre la pyme nacional (Colombia) y las empresas multinacionales (Sin sede en Colombia)?

Según los resultados obtenidos en el plan de negocios, la empresa es financieramente viable en su creación generando un cubrimiento total sobre el capital inicial de la empresa al 3er años obteniendo su primera ganancia libre de deudas por valor de \$23.641.455 (Periodo de recuperación).

Introducción

Cada día se lanzan al mercado nuevos aparatos electrónicos que buscan mejorar el nivel de vida de las personas, dentro de ellos encontramos los electrodomésticos, que si bien no han sufrido grandes cambios con respecto a su funcionalidad con el paso del tiempo, la búsqueda de reducción de costos en la fabricación y su producción en masa ha hecho que se reduzca el margen de vida útil, de esta forma el consumidor se ve obligado a cambiar con mayor frecuencia sus aparatos electrodomésticos.

Muchos consumidores que poseen un artículo electrodoméstico no tienen la capacidad económica para remplazarlo cada vez que estos dejen de funcionar, lo anterior se puede ilustrar de la siguiente forma, tras realizarse un estudio de observación por dos años en los locales de reparación de electrodomésticos de Bogotá se detectaron una serie de sucesos que se dispondrán a continuación en forma de relato.

Cuando una familia con bajos ingresos económicos adquiere un electrodoméstico, busca que este le dure bastante tiempo para no tener que cambiarlo por uno nuevo, ya que esto les generaría gastos que no se pueden permitir; en cambio en caso de algún fallo recurren a algún centro de reparación o mantenimiento para alargar la vida útil de

los mismos, esto se replica con empresas y negocios que no tienen contemplado el cambio de estos bienes con mucha frecuencia porque eso podría afectar su flujo de caja.

El consumidor promedio busca un electrodoméstico que mejor compense sus necesidades respecto a su nivel de ingresos y que se adapte a su poder de adquisición, lo cual permite una mayor demanda de aparatos de calidad y la entrada de nuevas marcas de electrodomésticos al país que llegan en búsqueda de cubrir estas necesidades. Sin embargo estos aparatos al ser de uso diario pueden dañarse antes de cumplir la vida útil o en algunos casos requerir mantenimiento, pues adquirir un nuevo bien representaría un mayor costo para el usuario.

Aunque hay empresas como Oster o Electrolux que tienen sus propios centros de reparación y mantenimiento, estos no son muy abundantes y el tiempo de respuesta no siempre es el más rápido, sin contar que si el aparato ya cumplió la garantía puede llegar a ser costosa su reparación, en base a ello muchos consumidores optan por centros de reparación y mantenimiento locales, donde los precios son más accesibles, los tiempos de respuestas son más eficientes, hay más interacción con el cliente y su localización geográfica es más sencilla.

Pese a ello los centros de reparación local no tienen la capacidad de tener a la mano todos los repuestos que necesitan para brindar un servicio rápido y asertivo, esto se debe a que sus proveedores no ofrecen variedad en los productos o porque las nuevas marcas que entran al mercado colombiano no tienen sucursales en el país, lo que dificulta que estos repuestos se consigan tan fácilmente.

A raíz de este problema surge DEW como un agente que quiere acercar a los centros de reparación y mantenimiento de electrodomésticos locales a los insumos que no pueden adquirir o les resulta difícil conseguir ya sea porque ese producto no se encuentra en el mercado o porque no tienen la posibilidad de importar sus propios insumos. DEW tomara los requerimientos de estos centros de reparación y una vez tenga todos los pedidos podrá realizar una importación de los mismos reduciendo los precios al

manejar una gran gama de productos y ayudando a las empresas a encontrar una forma de satisfacer las necesidades de sus clientes.

Objetivo general

Identificar la viabilidad financiera en la creación de una empresa que ofrezca el servicio de venta y compra de repuestos para electrodomésticos entre la pyme nacional (Colombia) y las empresas multinacionales (Sin sede en Colombia).

Objetivos específicos

- Definir los productos y servicios con los que contará la empresa.
- Segmentar los clientes de la empresa.
- Realizar la proyección en ventas para la empresa.
- Crear el diagrama operacional de la empresa.
- Definir los objetivos financieros de la empresa.
- Definir la razón social de la empresa.
- Crear el plan financiero que justifique la viabilidad de la empresa.

1. Presentación

1.1. Definición del negocio

DEW distribuidora de repuestos es una empresa que identificando la necesidad de las pymes decide realizar la función de intermediario en el mercado global entre las compañías nacionales y las multinacionales extranjeras, distribuyendo repuestos al por mayor para toda la industria dedicada a la reparación y venta (secundaria) de electrodomésticos. DEW se ubicará en Bogotá por ser la capital del país, buscando hacer de esta región su principal fuente de ingreso así mismo al ser la ciudad con mayor accesibilidad logística se espera poder distribuir desde Bogotá a las demás regiones del país (Proyección futura) enfatizando que la empresa solo distribuirá a las grandes ciudades del país porque en estos lugares se ubica la mayor población de ferreterías, mercado objetivo de la compañía.

La distribución a otras ciudades se realizara a futuro puesto que los costos implícitos en la distribución a otras ciudades aumentarían los costos de los productos y así mismo abarcar diversas ciudades para DEW en un momento tan temprano de su creación no es viable, sin embargo se hace énfasis en el hecho que la empresa tiene claro sus objetivos futuros y planea una expansión una vez posicionado en el mercado.

La empresa se constituirá legalmente para el 2018 iniciando ventas para finales del mismo año fecha en la cual se realizará la primera importación de mercancía a terreno nacional para su previa distribución. DEW se registrará a partir de ahora por el código CIIU 4690 *“Comercio al por mayor no especializado”* debido a que la actividad comercial es la venta al por mayor de repuestos electrodomésticos hablando específicamente de los siguientes electrodomésticos: Licuadoras, ollas a presión, estufas y microondas. Debido a que no existe un código CIIU específico para la categoría de repuestos electrodomésticos se decide optar por este.

En la actualidad los locales dedicados a la reparación de electrodomésticos se ven sometidos a la necesidad de encontrar partes de buena calidad para sus distribución o reparación de estos, gran cantidad de estos insumos que se distribuyen en el país no tienen una cadena en venta de partes por separado de la misma dentro del terreno nacional, debido a esto las empresas dedicadas a esta labor les cuesta conseguir productos de buena calidad porque la mayoría de ellos carece de la capacidad para conseguir repuestos originales y se ven en la necesidad de optar por repuestos genéricos de baja calidad o partes usadas recolectadas por recicladores.

DEW identificando esta necesidad desea servir como intermediario entre la pyme nacional y la empresa multinacional creando una cadena de logística donde un tercero (DEW) reciba de manera personal la solicitud de las microempresas sobre aquellos productos que requiere para un buen funcionamiento en el sector, DEW realizará la solicitud de la mercancía en el extranjero contactando con las multinacionales y realizando una mercadotecnia a escala, elegirá los menores costos para ingresar la mercancía a la Aduana nacional donde se distribuirá directamente a las compañías colombianas obteniendo un margen de ganancia por la distribución del producto.

1.2 Perfil del Emprendedor

Wilmer Yesid Cepeda Figueredo: Profesional en finanzas y Comercio Exterior se caracteriza por ser una persona visionaria, con el constante gusto en los retos y la realización personal, gran capacidad de aprendizaje, emprendedor, amigo del trabajo en equipo, busca soluciones y nuevas alternativas a trabajos ya estandarizados, eficiente, donde su mayor virtud se haya en la honestidad que mantiene hacia sí mismo y los demás.

Con tres años de experiencia en el sector ferretero logra entender la gran mayoría de los problemas por los cuales pasa este sector, entre ellos la obtención de repuestos para los productos de hogar. Ha tenido experiencia como auxiliar de factoring en la

empresa Finanzauto S.A obteniendo capacidades financieras; experiencia como funcionario aduanero y todo lo referente a zonas francas por su trabajo realizado en la empresa Management International Trade (MIT) Logistics LTDA. Así mismo tiene un título como técnico en comercio exterior y aduanas otorgado por la universidad Politécnico Grancolombiano y es profesional en finanzas y comercio exterior otorgado por la Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, que certifica las capacidades que tiene esta persona para llevar su idea de negocios a cabo.



2. Mercadeo

Para una idea de negocio exitosa es definitivo conocer aspectos relevantes como la competencia, el proceso de producción y los canales de distribución para llegar a los clientes finales. Por medio de esta sección se busca explicar cada una de las variables que marcaran el punto de partida de DEW distribuidora de repuestos hacia el éxito.

2.1 Producto y/o Servicio

Marcas a trabajar:

DEW trabajara con una rotación de inventarios cada 30, 60 o 90 días según la capacidad del pedido solicitado por las microempresas, debido a que la empresa ha sido creada en busca de identificar la necesidad del sector industrial electrodomésticos constantemente estará renovando su estándar de productos a solicitud de sus clientes ya que la empresa se enfatiza en la relaciones B2B (Empresa a Empresa) de manera directa con el empresario, pese a ello se requerirá de una cantidad racional de productos para poder generar el pedido de maquinaria desde el extranjero por tanto la empresa buscara generar alianzas estratégicas con las siguientes marcas:

Tabla 1 Marcas de los repuestos con que trabaja DEW. Imágenes obtenidas de las páginas principales de cada marca.

Descripción de los productos a Importar.

Los siguientes productos son los que busca distribuir la empresa para suplir las necesidades de sus usuarios y clientes:



Ilustración 1 Obtenido de: www.Rosan.com.mx

Diafragma remachado para licuadora: Utensilio necesario para el funcionamiento correcto de las licuadoras el objetivo del mismo es darle el soporte a las aspas de metal para que esta giren correctamente y licuen el líquido vertido en el vaso de la licuadora.



Ilustración 2 Obtenido de: www.Alkosto.com

Empaque de vaso: Va entre el diafragma de la licuadora y el vaso de la misma se usa como tapón para evitar que se filtren los líquidos vertidos en la licuadora.



Ilustración 3 Obtenida de: www.Rosan.com.mx

Porta Vaso: Ajusta el diafragma a el vaso de licuadora.



Ilustración 4 Obtenida de: www.Alkosto.com

Tapa para licuadora: Sella el vaso para evitar que el líquido salga de licuadora en el momento que se enciende.



Ilustración 5 Obtenida de: www.Oster.com

Vaso de Licuadora: Es que permite licuar o moler los materiales depositados dentro, se consiguen en los materiales de: Vidrio, plástico, policarbonato y aluminio.



Ilustración 6 Obtenida de: www.Ebay.com

Fusible para olla a Presión: sella el aire dentro de la olla para que se cocinen de forma correcta los alimentos dentro y el vapor de la olla solo salga por el pito de la olla.



Ilustración 7 Obtenida de: Mercado libre México

Perilla: Para estufa a Gas natural, pipeta o Eléctrica se diferencia según su diseño en la parte trasera donde se conecta con la T (manguera direccional) de la estufa.



Ilustración 8 Obtenido de:
www.surtiroadamientos.com

Rodamientos: Reduce el esfuerzo de la maquina sobre sus ejes para que su funcionamiento sea más eficaz, trabajara con las referencias: B609ZZ, B60002RS, B600012ZZ, B60032, B606-2RS entre otros usados para aparatos de hogar y semi-industrial.



Ilustración 9 Obtenida de: Mercado libre Venezuela

Inducidos: es el núcleo del motor que se encarga de conducir la electricidad al aparato electrodomésticos se trabajaran inducidos para las licuadoras, batidoras y aspiradoras.



Ilustración 10 Obtenida de: es.Wikipedia.org

Bobina: se encarga de conducir la energía creada por el inducido a través de sus terminales por todo el aparato electrodoméstico se trabajará para licuadoras y aspiradoras.



Ilustración 11 Obtenida de: www.Alibaba.com

Buje: sostiene el eje donde rota el inducido. Se distribuirán bujes para licuadora, batidora, aspiradora, secador de cabello y plancha de cabello.

 <p><i>Ilustración 12 Obtenido de: www.servicosta.com</i></p>	<p>Magnetron: Transforma la energía eléctrica en energía electromagnética para los microondas.</p>
 <p><i>Ilustración 13 Obtenido de: www.Rosan.com.mex</i></p>	<p>Fusible cerámico: condensa la energía en los microondas.</p>

Tabla 2 Repuestos y sus Características

Necesidad:

Las empresas dedicadas al mantenimiento y reparación de productos de hogar nacen con el fin de suplir la necesidad de sus clientes cuyo fin es incrementar o mantener el tiempo de vida útil de los electrodomésticos que les sean otorgados. Para esto las empresas requieren de repuestos de calidad que cumplan con unos estándares mínimos para el arreglo del producto sin embargo muchas veces estos productos no se logran conseguir la ciudad y en ocasiones dentro del país dando como resultado que los locales de reparación deban incumplir con trabajos a sus clientes, reparar los aparatos electrodomésticos con insumos de dudosa calidad o simplemente no aceptar el pedido debido a que el repuesto no se puede conseguir.

Por causas como estas los locales de reparación pierden clientes e ingresos que debilitan su sector y reducen sus oportunidades en el mercado, esto sumado al hecho de que en los últimos años el dólar ha aumentado su valor con respecto al peso, \$1868.90 en 2013 y \$3.053.42 en 2016 (Promedio Anual TRM, Banco de Republica, 2017) nos ayuda a entender porque en los últimos años se han reducido las importaciones de

electrodomésticos en el país dando como resultado que más gente busque reparar sus aparatos de hogar antes de pensar en comprar uno nuevo.



Ilustración 14 Panorama del sector electrodoméstico 2017 ANDI

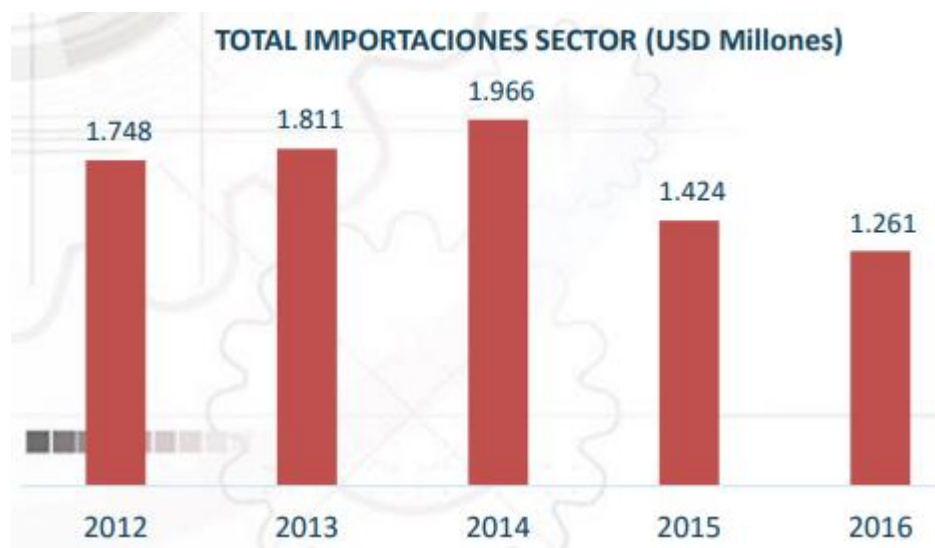


Ilustración 15 Panorama del sector electrodoméstico 2017 ANDI 2

Como se observa en las gráficas 14 y 15 las importaciones de electrodomésticos para el año 2016 han decaído considerablemente respecto a los años anteriores, 2016 es el año en que menor cantidad de aparatos de hogar se han importado según los estudios realizados por la ANDI (Asociación nacional de empresarios de Colombia) lo cual puede ayudar a entender que la capacidad adquisitiva de los colombianos ha decaído en los últimos dos años motivo por el cual la gente actualmente no está buscando generar una nueva compra de electrodomésticos sino que por el contrario buscan reparar y hacer mantenimiento a sus antiguos aparatos de hogar.

DEW identificando esta necesidad decide ingresar como intermediario en el mercado de la venta de repuestos entendiendo que gran parte de las marcas de electrodomésticos que están dentro del país no tienen un centro de abastecimiento de piezas para la reparación de los productos situación que se corrobora con la encuesta realizada y el estudio de observación realizado por el gerente de la empresa, por tanto esta falencia representa para el empresario colombiano dedicado a la reparación de productos de hogar en obstáculo a su labor debido a que no puede adquirir las piezas que necesita o simple mente no entienden el cómo podrían hacerlo. DEW reunirá los pedidos de todas estas empresas dentro de la industria electrodoméstica para así realizar la labor de distribuidor al por mayor y acercar a la pyme colombiana con la multinacional Extranjera.

Aspectos diferenciales:

- Se busca crear un vínculo con el cliente por lo cual la empresa desarrollará una comunicación directa con el empresario; en la búsqueda de adaptarse a las nuevas tecnologías se ha perdido la comunicación real y perceptible con las personas sin embargo gran parte de las personas que desarrollan labores de emprendimiento no buscan un trato con una computadora o un celular estas personas requieren de saber con el tipo de persona con la cual piensan desarrollar proyectos.

DEW ve en esta necesidad la oportunidad de acercarse más a sus clientes y crear un vínculo de confianza y seguridad al momento de realizar la compra - venta de productos que se verá a su vez repercutida en el aumento de las utilidades, pese a ello la empresa contará con un correo de uso exclusivo para sus clientes así como una página web donde se podrá conocer el catálogo de productos con los que ya cuenta la empresa (proyección futura), siendo de carácter principal el trato directo con el empresario y el servicio que se les pueda brindar.

- Por lo general las empresas que se dedican a la importación de repuestos electrodomésticos no manejan un símbolo o logotipo que los identifique, ya que las mismas no se dedican de carácter total y único a la importación de repuestos de hogar, de ahí nace la idea de que la empresa cuente con su propio logotipo el cual podrá ser identificado esto para generar conciencia y a su vez un sentido de propiedad acerca de los productos que distribuye la empresa y la calidad de los mismos.

- La empresa trabaja bajo pedido y no pedirá para después vender lo cual evita la necesidad de una bodega, para que la mercancía que llegue a Colombia por la empresa sea inmediatamente distribuida hacia sus clientes.

- La marca ingresará al mercado buscando la satisfacción del cliente motivo por el cual traerá al mercado mercancía a la cual el empresario no tenía acceso esto puede considerarse como el aporte de repuestos exclusivos al mercado.

- La alianza de DEW con Rosan México asegura a la empresa la oportunidad de distribuir productos de gran calidad a bajo costo.

- La empresa le permitirá a sus clientes pagar a 30 días lo que asegura que el empresario pueda obtener un retorno en dinero de la mercancía que solicito a la empresa.

- DEW tiene una visión ecológica por lo cual maneja catálogos virtuales lo que permite tener una actualización de la información, eficiente y clara junto con la posibilidad de brindarle al empresario la capacidad de comprar rápido los insumos que requiera.

2.2 mercado

Ámbito Geográfico

La empresa desarrollará sus actividades en la ciudad de Bogotá y se enfocará en patrocinar sus labores por la capital, ya que esta tiene los futuros clientes que pueden estar interesados en desarrollar relaciones con la empresa, fue en la capital donde se desarrolló tanto la encuesta de viabilidad de la empresa, como la asignación de un muestreo bi-etapico; donde se creó el desarrollo de sus conglomerados dando por hipótesis los lugares con mayor cantidad de establecimientos que desarrollarán la actividad de distribución y reparación de electrodomésticos.

La empresa DEW no tendrá un establecimiento físico pues se desea optar por la distribución directa de los productos desde Zona franca o el puerto, aeropuerto donde llegue la mercancía directo al establecimiento del cliente, por tanto la empresa trabajará bajo pedido, dirigiéndose directamente a las instalaciones del cliente para concretar los negocios a los que haya lugar. La característica en común que comparten los conglomerados de este plan de mercadeo es ser parte de un sitio demográfico específico, para este caso ser población residente de las localidades de: Chapinero, Ciudad Bolívar y Puente Aranda, se seleccionan estos lugares bajo la hipótesis de que cuentan con una cantidad sustentable de establecimientos con los cuales se puede desarrollar la negociación comercial. También se debe tener en cuenta que los locales que ya confirmaron negociación con DEW se encuentran en estos sectores.

Por tanto, la empresa no solo se dirigirá a los clientes potenciales de la capital, se quiere ser más específico debido a lo cual chapinero, ciudad Bolívar y puente Aranda se observan como lugares de interés para la empresa por su cantidad de Ferreterías instaladas en estos lugares.

A partir del estudio del mercado que se realizó, se concluyó que en primera instancia los servicios de DEW van a hacer ofrecidos en la ciudad de Bogotá; gracias a dicho estudio se pudo identificar la gran concentración de PYMES dedicadas a la reparación de electrodomésticos.

Público Objetivo.

Para poder realizar una segmentación del mercado DEW realizó un estudio de mercado (Apéndice encuesta Realizada) a un total de 184 centros de reparación de electrodomésticos ubicados en la ciudad de Bogotá en las localidades de Chapinero, Ciudad Bolívar y Puente Aranda, lo cual permitió no solo segmentar, si no también identificar preferencias y características de compra. A continuación, se evidencian los resultados y las conclusiones de dicho estudio.

Nota: Los gráficos mostrados a continuación hacen referencia en orden de presentación a las preguntas realizadas en la encuesta del estudio de mercado. La encuesta se encontrará en los apéndices del trabajo bajo el nombre de Apéndice encuesta realizada. La validación de la información que se presenta en este segmento del trabajo, se halla en el apéndice Investigación de mercado donde podrá encontrar: validación del instrumento, limitantes, alcance de la investigación, preparación, muestra, recopilación de datos y resultados del muestreo. Las conclusiones de la investigación solo se relacionan a continuación.

- De acuerdo a la ilustración 16, estrato social de los encuestados: el estrato social donde se encuentran mayor número de PYMES dedicadas a la comercialización y reparación de repuestos para electrodomésticos es el estrato 3, con un 57%,

repartidos en las siguientes localidades; Chapinero, Puente Aranda y Ciudad Bolívar.

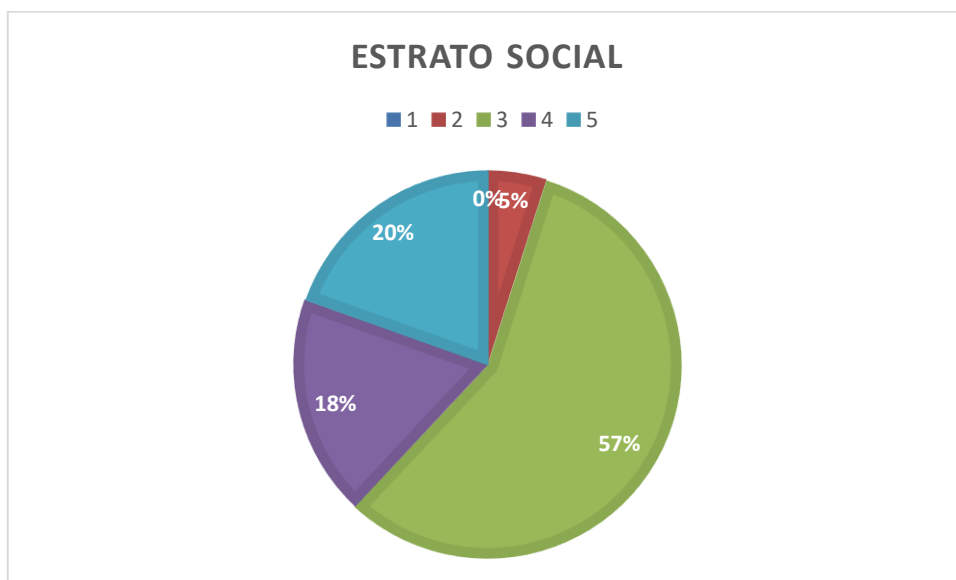


Ilustración 16 Estrato Social de los Encuestados

- Según la información de la ilustración 17, nivel académico de los encuestados: del total de encuestado solo 46% y el 33% de los dueños de negocio tiene un nivel académico de bachilleres y técnicos respectivamente, que poseen conocimientos básicos en electricidad; lo cual indica que independiente del nivel académico, lo fundamental es tener conocimientos en electricidad.

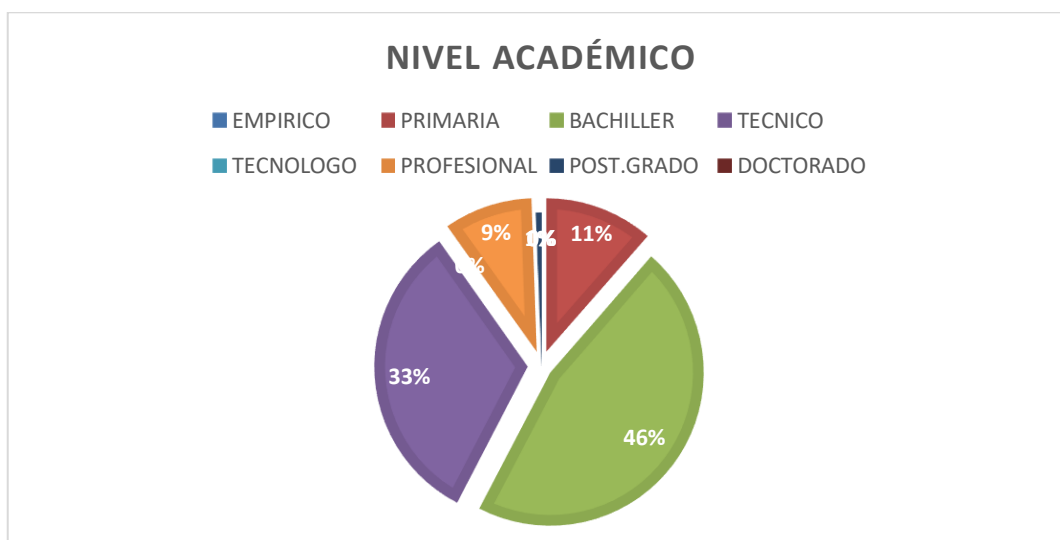


Ilustración 17 Nivel Académico de los Encuestados

- De la ilustración 18, Canal de compra que usan los encuestados: el 38% de ellos compran los productos por medio de un catálogo y 31% desde una tienda física, esto se debe a que tiene una relación más cercana con su proveedor y pueden ver a más detalle los productos y sus características. Debido al siguiente resultado la empresa toma como iniciativa la creación de un catálogo virtual que el cliente pueda consultar y ver a cabalidad con la compañía y asesoramiento del vendedor que le tome el pedido. Se optará, por el hecho de que cada visita realizada por el vendedor de la empresa sea acompañada de una tablet que usará como herramienta para dar a conocer los productos que maneja la empresa y los nuevos productos que le puedan interesar al cliente.

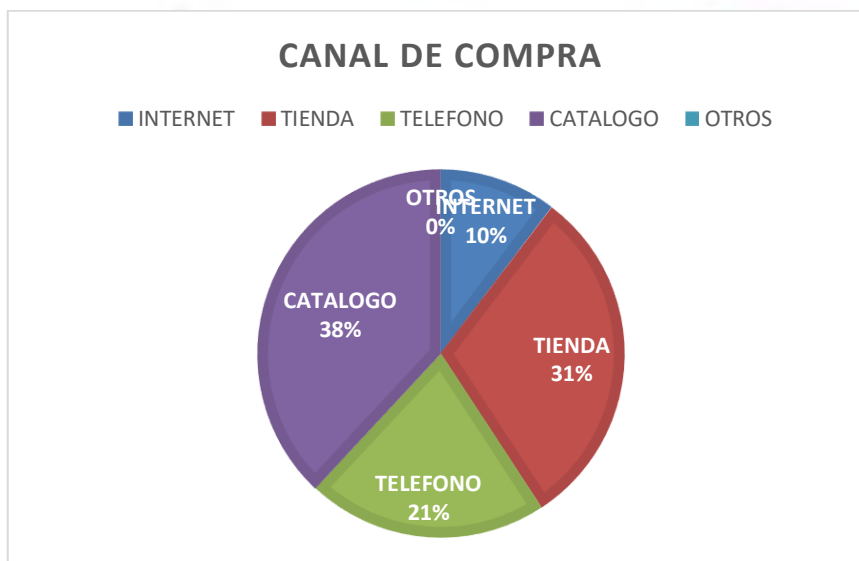


Ilustración 18 Canal de Compra que usan los encuestados.

- De la ilustración 19, método de pago que usan los encuestados: el 100% de ellos hace los pagos a sus proveedores en efectivo, una de las razones es que por la baja cantidad que representa en dinero (ilustración 21) es más sencillo hacer el pago efectivo, y la otra es que muchos proveedores utilizan vendedores puerta a puerta que también se encargan de recoger el pago correspondiente al pedido según la experiencia del gerente. Cabe resaltar que al referirse a efectivo no significa contra entrega.

El pago en efectivo se presenta debido al hecho que para los clientes es dispendioso dirigirse al banco para pagar facturas debido a lo demandante de su trabajo por tal motivo sus proveedores se han adaptado a esta metodología y optado por ir directamente al cliente para el pago de facturas. Entendiendo estas razones DEW decide también realizar el cobro de las facturas de manera directa, aunque se ofrecerá la posibilidad de generar el pago directo a la cuenta con un comprobante de pago como prueba para facturación.

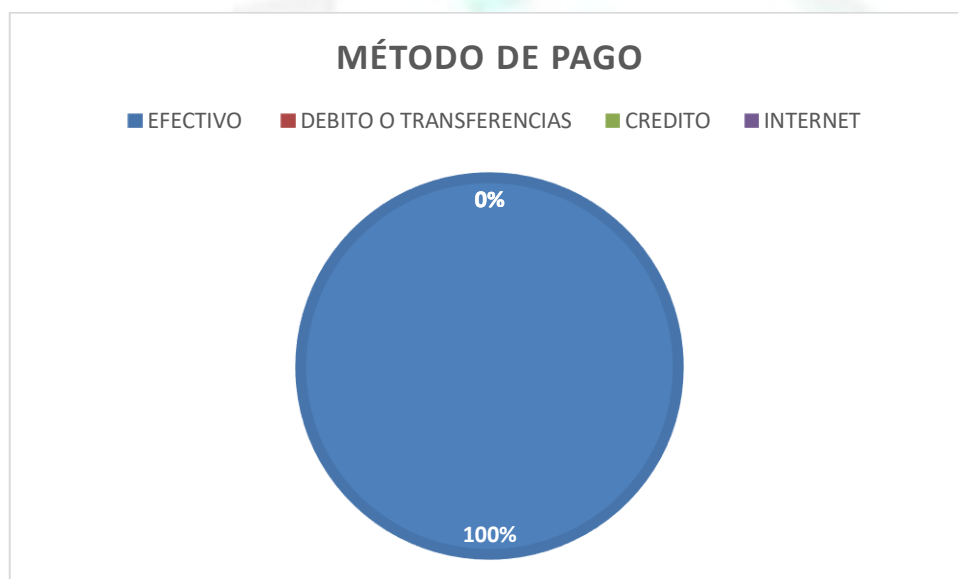


Ilustración 19 Método de pago que usan los encuestados.

- De la ilustración 20, periodicidad de compra: De los encuestados el 41% compra repuestos cada semana, claro está que esto varía de acuerdo al proveedor, por la periodicidad de pago y por los requerimientos de inventarios. Es decir que, aunque adquieren los repuestos cada semana esta situación no responde a adquirirlos con el mismo proveedor, la rotación en pedidos por proveedor es de un mes por tanto a nivel general es normal observar pedidos a proveedores de carácter mensual.

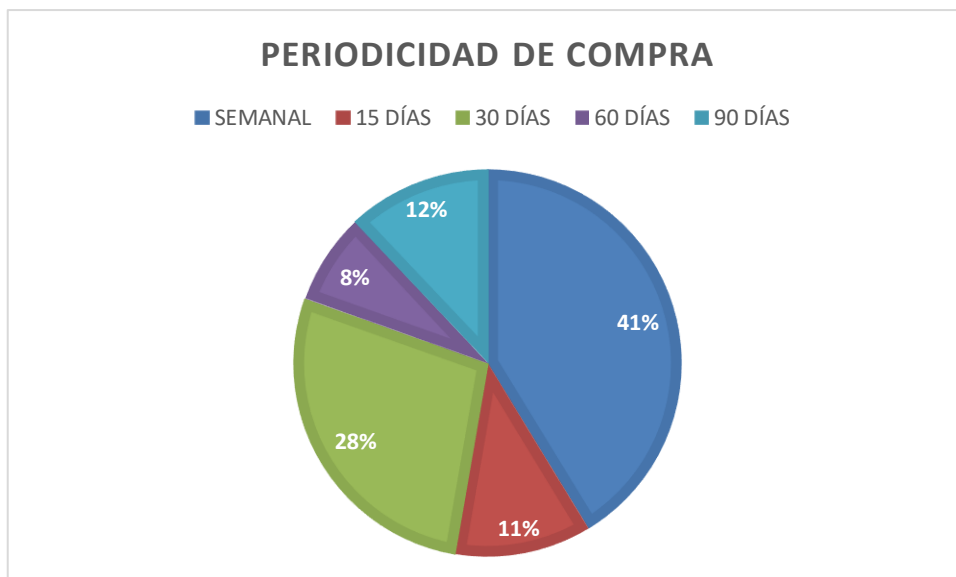


Ilustración 20 Periodicidad de compra de los encuestados.

- De la ilustración 21, inversión mensual en repuestos: la mayoría de PYMES encuestadas mensualmente están dispuestos a invertir hasta 5'000.000 COP en la compra de repuestos, solo un 2% de los encuestados invierte más de 5'000.000 COP. Aunque no se puede asegurar el monto total de inversión al que está dispuesta a incurrir una empresa si asegura que las empresas con las que DEW realice negociaciones estarán en la facultad de comprar una cantidad considerable de repuestos y ayudara a proyectar de manera más clara la proyección de ventas de la empresa.

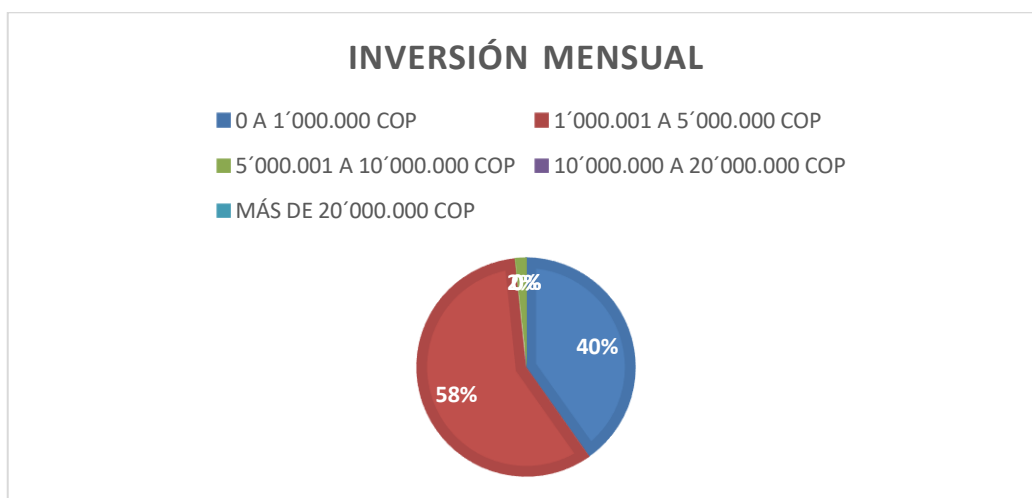


Ilustración 21 Inversión Mensual en Repuestos de los encuestados.

- De la ilustración 22, Grado de satisfacción del cliente frente a sus proveedores actuales: De los encuestados el 40% está satisfecho y el 30% está muy satisfecho, sin embargo, a pesar de esto la oferta de productos y repuestos que ofrecen los proveedores no supe en su totalidad la demanda de las PYMES. DEW entiende que su ingreso al mercado no está determinado por la incomodidad presente en los clientes sobre sus actuales proveedores o sobre el servicio que se presta sino por la falta de entrada de mercancía de algunas marcas, lo que hace difícil la obtención de repuestos electrodomésticos de algunas marcas como se verá a continuación.

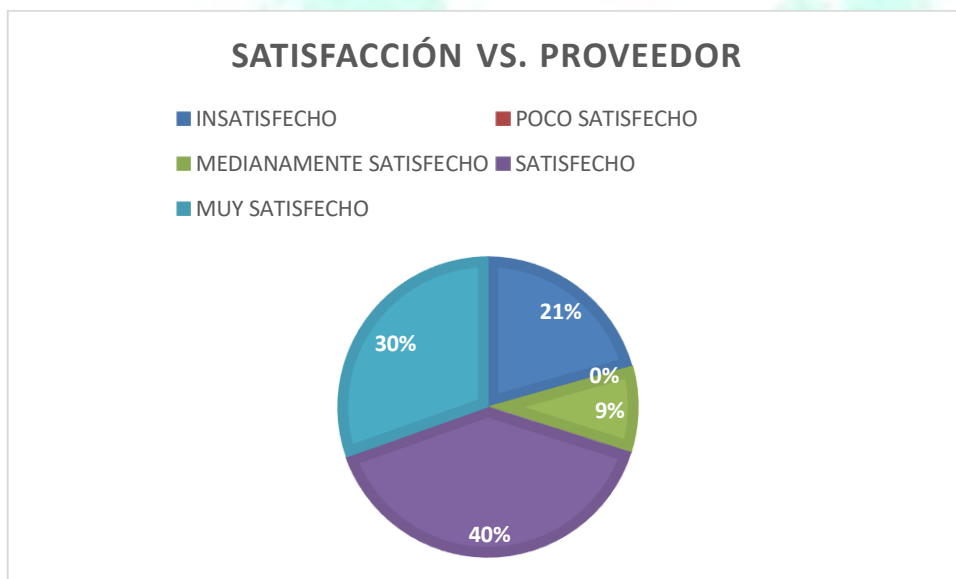


Ilustración 22 Grado de Satisfacción del Cliente frente a sus proveedores Actuales.

- De la ilustración 23, demanda de marcas entre los encuestados: En este punto se le pidió a los encuestados que indicaran las marcas en la cuales están interesados, las tres marcas con mejor puntaje son Black&Decker, Oster y Hamilton Beach, con 137, 135, 108 votos respectivamente, a pesar de esto la última marca no es ofertada en el mercado colombiano; las marcas con menor puntaje fueron Shimasu con 26 votos, Bosch con 13 votos y Tramontina con 0 votos. Por tal motivo DEW tomará la decisión de no importar o trabajar repuestos de tramontina y Bosch, en el caso de Shimasu se mantendrán sus productos en el catálogo virtual por los

primeros tres meses, de no concretar en estos 3 meses una venta superior al millón de pesos sobre esta marca se dejará de comerciar.

Por otro lado, el punto de inicio en ventas para la empresa está determinado por Hamilton Beach marca estadounidense de reciente ingreso en el mercado colombiano y gran acogida en los hogares bogotanos, al no tener un distribuidor o importador claro del cual obtener repuestos y a su vez la empresa no tener establecimiento en Colombia el conseguir estos repuestos se hace difícil para las ferreterías, con lo cual DEW desea hacer de esta marca su insignia para penetrar en el mercado colombiano.

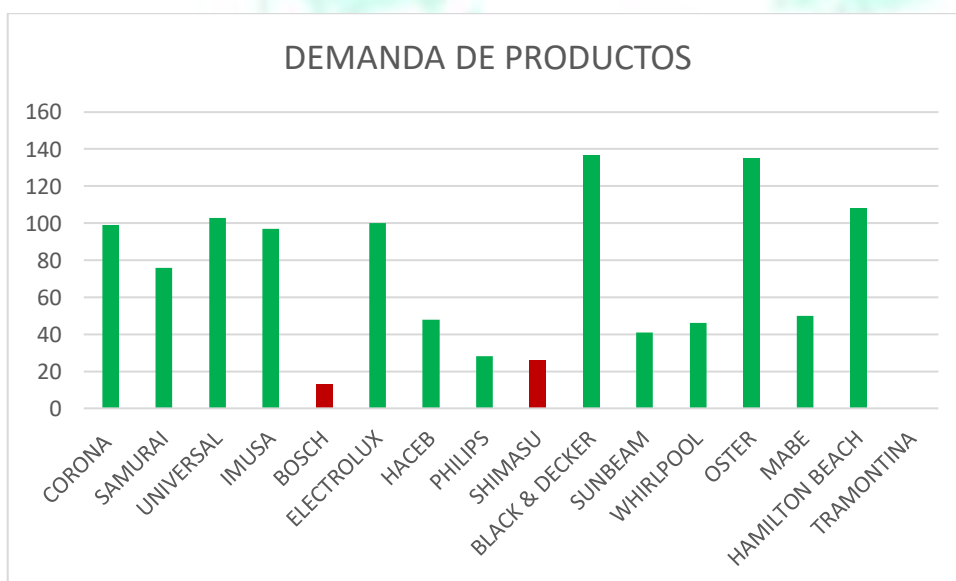


Ilustración 23 Demanda de Marcas entre los encuestados.

- De la ilustración 24, interés comercial de los encuestados en entablar nuevas relaciones comerciales con una empresa que les provea las marca de la ilustración 23: De los encuestados el 83% esta dispuestos a entablar nuevas relaciones comerciales con una compañía que les provea de los productos de las marcas anteriormente mencionadas, ya que hay una deficiencia de productos de determinadas marcas como Hamilton Beach. Esta pregunta sirve de afirmación a lo antes dicho en el documento donde se establece que la mayoría de los entrevistados no tienen problemas con sus proveedores, pero siente una

deficiencia en la negociación de ciertas marcas y referencias con las cuales planea trabajar DEW.

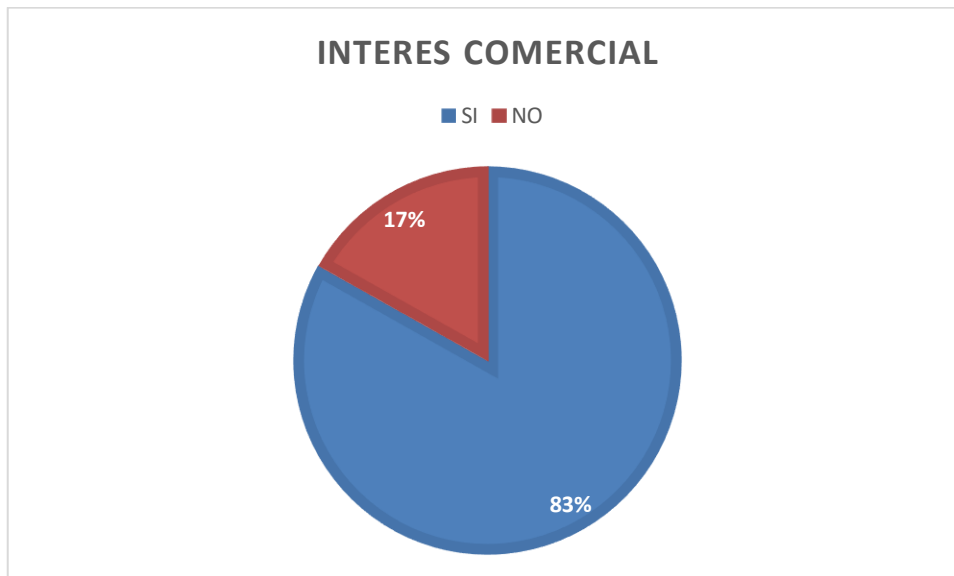


Ilustración 24 Interés de los encuestados en entablar nuevas relaciones comerciales con una empresa que les provea marcas anteriores.

- De la ilustración 25, parámetros que tienen en cuenta los encuestados al momento de comprar: Para este punto se le pidió a los encuestados que calificaran cada aspecto a tener en cuenta al momento de la compra, siendo 5 la mejor calificación y 1 la peor; después se calculó el promedio para cada ítem, de lo cual se concluye lo siguiente: para el cliente es importante todos los aspectos, pero tanto la calidad del producto y la presentación del mismo son los más importantes, en cambio los precios y el servicios son los menos relevantes, Es de resaltar que la baja importancia en un aspecto como es el precio se debe a que ellos simplemente pueden escoger el precio más barato entre sus proveedores y lo que en realidad les interesa es la facilidad para pagarlo (plazos).

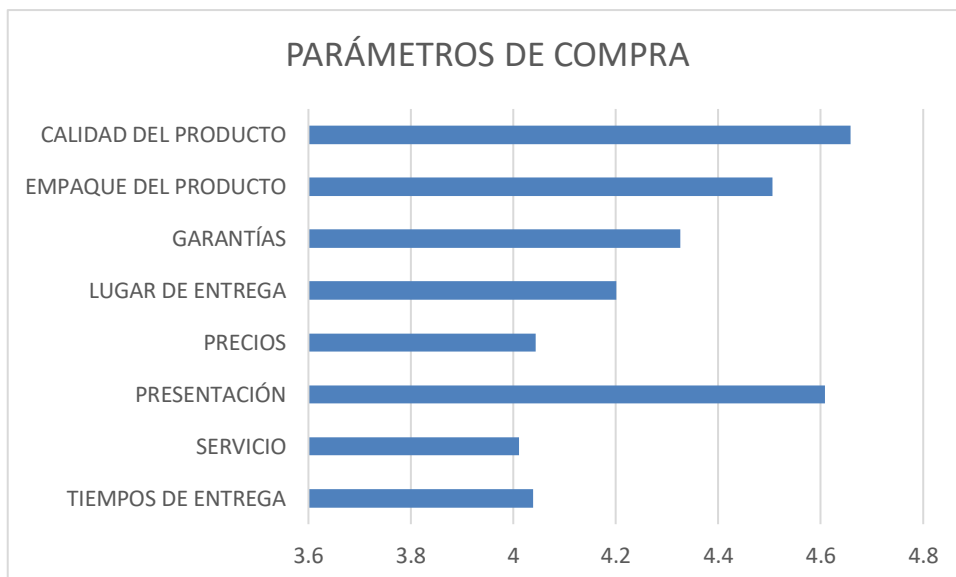


Ilustración 25 Parámetros que tiene en cuenta los encuestados al momento de comprar.

- De la ilustración 26, tiempo de entrega que manejan los encuestados: De los encuestados el 85% mantiene un tiempo de entrega con sus proveedores de una 1 semana, el restante solo a 1 día de plazo. Esto refleja que los repuestos tienen una continua rotación para él cliente. Es de resaltar que los plazos que DEW manejará serán entre una y dos semanas, debido que al trabajar bajo encargo y requerir de la importación de la mercancía no se podrá asegurar de manera concreta la llegada de la mercancía, pero esto no afectará los plazos establecidos para la toma de pedidos cada mes.

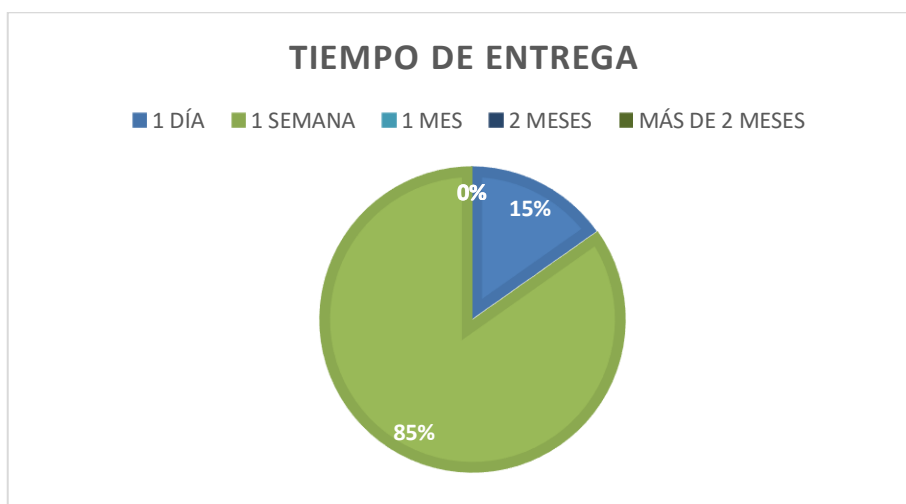


Ilustración 26 Tiempo de entrega que manejan los encuestados.

- De la ilustración 27 interés en entablar relaciones comerciales versus la oferta ofrecida por proveedores: De los 184 encuestados el 96% está dispuesto a tener relaciones comerciales con una compañía que pueda proveerles cualquier repuesto que necesitasen. Los resultados reflejan que las PYMES estarían dispuestas a entablar nuevas relaciones comerciales con un proveedor que tuviera la necesidad de conseguir repuestos exclusivos o de difícil acceso.

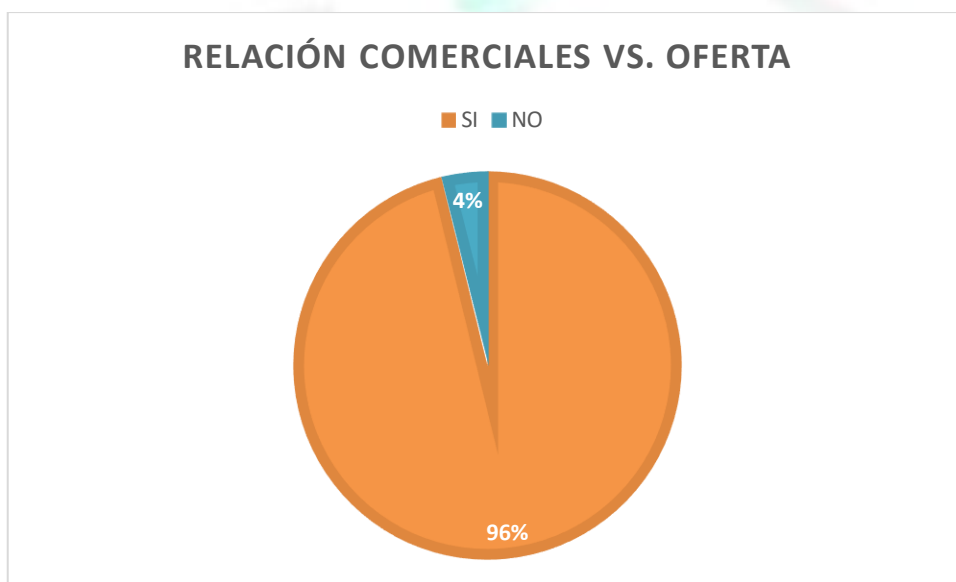


Ilustración 27 Interés en entablar relaciones comerciales versus la oferta ofrecida por proveedores

- De la ilustración 28, Relación precio versus oferta de un producto exclusivo: De los encuestados el 52% no tiene problema en invertir un poco más, siempre y cuando el producto sea de difícil acceso y sea exclusivo; en cambio al 48% restante no le gustaría pagar más por un producto así este sea exclusivo. DEW traerá productos exclusivos y de poca frecuencia en el mercado colombiano, pero buscará la mejor manera de aminorar costos para ofrecer los productos a precios asequibles para el cliente, por tanto hará uso de los tratados de libre comercio y se aprovechará del tratado de libre comercio que tiene actualmente Colombia con México para traer los repuestos electrodomésticos con un arancel del 0% y la posibilidad de un libre proceso de comercialización.

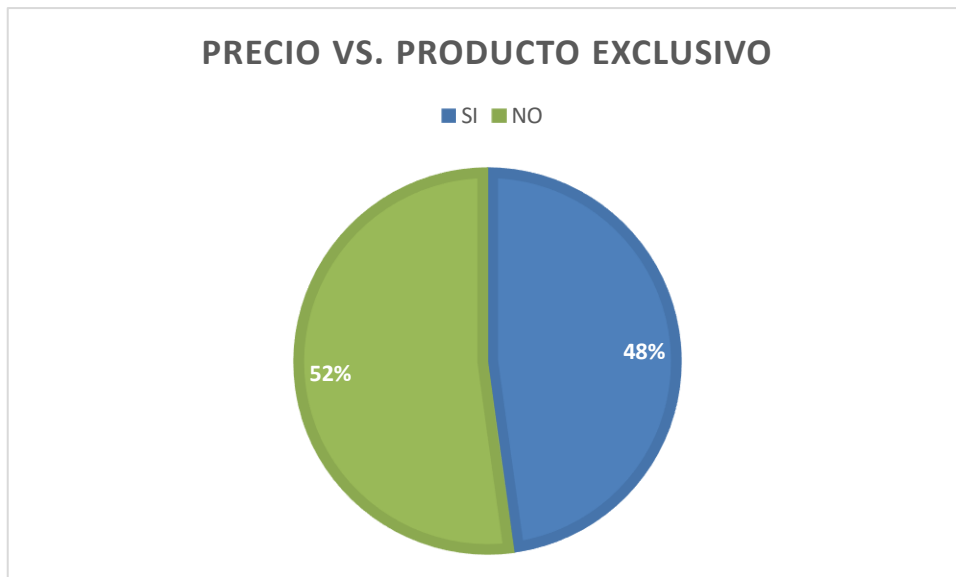


Ilustración 28 Relación precio versus oferta de un producto exclusivo.

- De la ilustración 29, Preferencia de los encuestados a negociaciones presenciales:
De los encuestados el 96% le gustaría que un vendedor de su proveedor se dirigiera hasta sus instalaciones para negociar todos los parámetros de compra. Ello se debe a que el empresario prefiere tener un contacto más directo con su proveedor para tener más control sobre su pedido. Reducir los tiempos de repuesta entre el cliente y el proveedor debido a que las personas que se dedican a la venta y reparación de electrodomésticos son personas que dependen de su establecimiento. Ellos optan por estar el mayor tiempo posible atendiendo su local, porque un local des-atendido acarrea perdida de venta para ellos, entonces pensando en el cliente a su vez para crear un vínculo comercial con estas empresa DEW decide llevar un vendedor hasta sus locales en vez de obligarlos a trasladarse.



Ilustración 29 Preferencia de los encuestados a negociaciones presenciales.

- De la ilustración 30, Preferencia de los encuestados en el uso de catálogos: De los encuestados el 100% le gustaría poder visualizar los productos por medio de un catálogo con los detalles de cada referencia. Eso les permitiría conocer a detalle el producto, como sus características y poder compararlo con otras referencias.

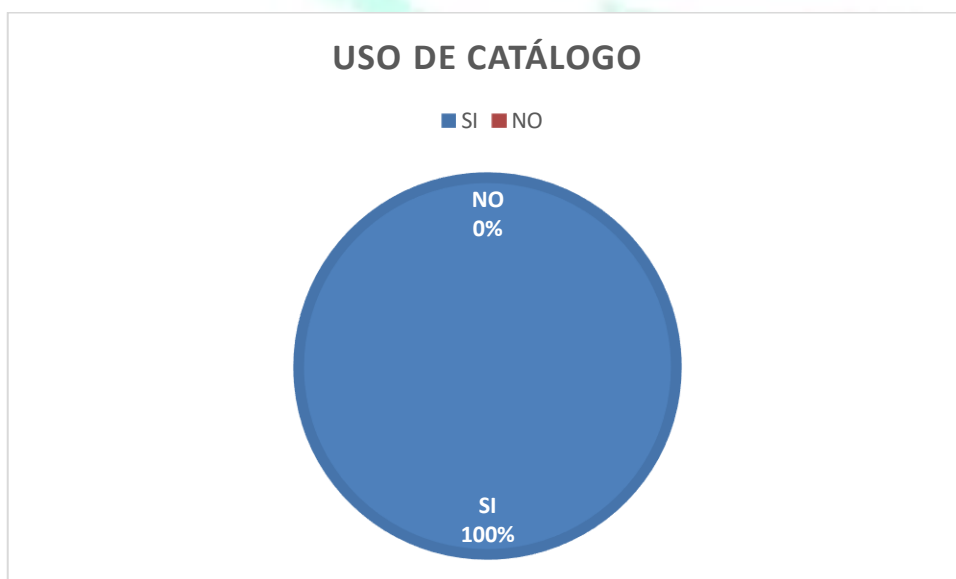


Ilustración 30 Preferencia entre los encuestados en el uso de catálogos.

- De la ilustración 31, Periodo de pago a proveedores: De las PYMES encuestadas el 65% pagan sus cuentas a 30 días, el 33% a 60 días, mientras que solo el 3% lo

hacen a 90 días. Ya que como se mencionaba antes, ellos, aunque pagan en efectivo necesitan plazos para cancelar sus deudas por pagar, y poder recuperar su inversión. DEW cobrará sus facturas a 30 días para poder pagar a los proveedores a 60 días.

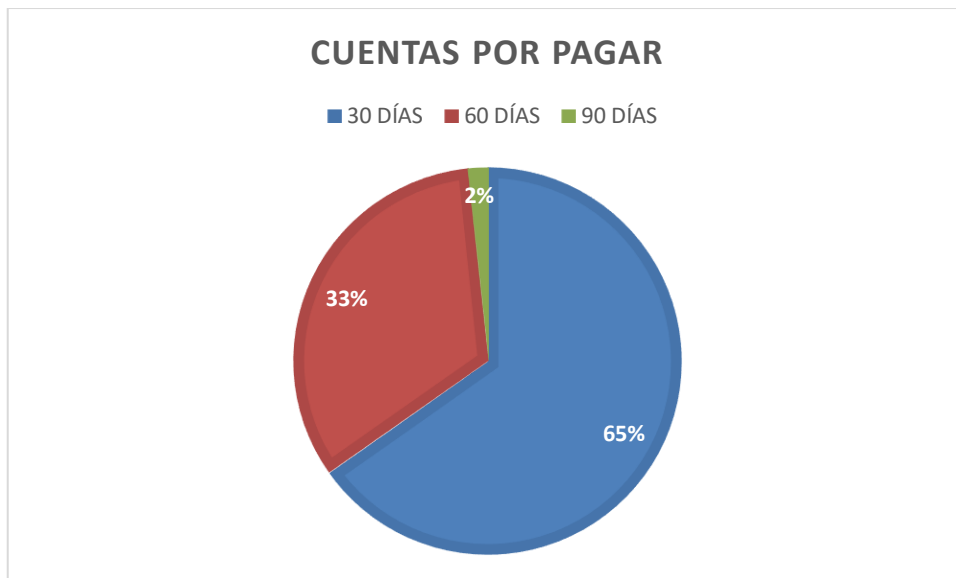


Ilustración 31 Periodo de pago a proveedores.

- De la ilustración 32, ubicación geográfica de los proveedores: De los encuestados el 100% manifiesta que su proveedor tiene oficinas en la ciudad de Bogotá, esto se debe a que a los empresarios les genera más confianza hacer sus pedidos presencialmente, que por teléfono o por internet, además muchos no tienen los conocimientos necesarios en comercio exterior para hacer las compras directamente al fabricante en el exterior.

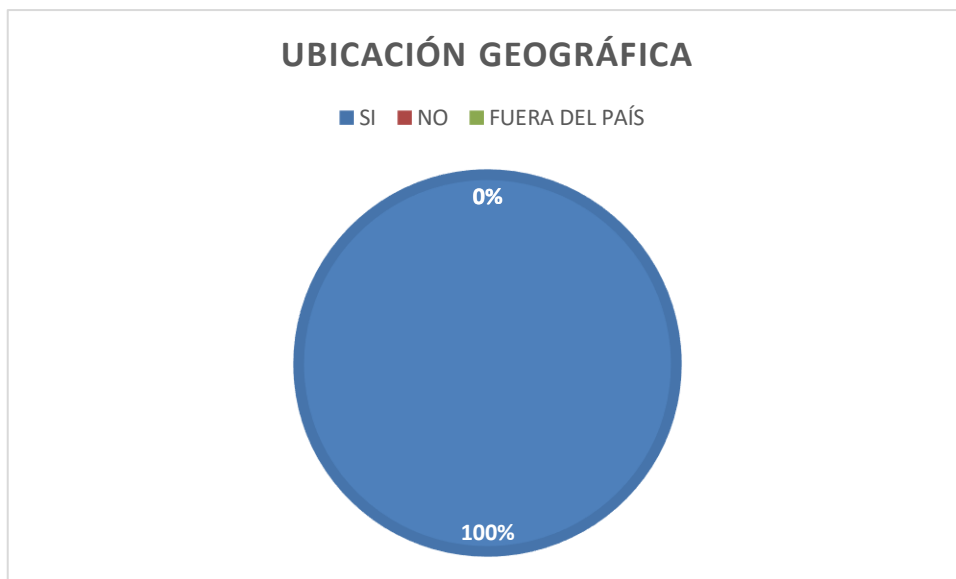


Ilustración 32 Ubicación geográfica de los proveedores de los encuestados.

A partir de los resultados anteriores se puede concluir que el público objetivo de DEW son PYMES dedicadas a la reparación de electrodomésticos, equipos para cocina, artículos para el lavado y secado, equipos para refrigeración tanto de uso doméstico como profesional, con dificultades para encontrar repuestos exclusivos de determinadas marcas, que realicen sus pedidos por medio de una visita de su proveedor y por medio de recursos visuales como un catálogo y no tengan los recursos suficientes para negociar directamente con el fabricante en el exterior, inicialmente ubicados en la ciudad de Bogotá.

Competencia.

Para este punto se realizó un estudio a empresas que representaran una competencia para DEW, se tuvieron en cuenta empresas que su actividad principal fuera la comercialización de aparatos de uso doméstico, electrodomésticos, accesorios para electrodomésticos tipificados con el código CIIU 4644, de igual forma se tuvo en cuenta compañías que manejaran repuestos originales de marcas reconocidas en el mercado y no repuestos genéricos, después de la recolección de información se construyó un cuadro

que permite ver de forma simplificada las características, los productos más representativos, las fortalezas y las debilidades de cada una.

Como se pudo observar estas compañías su actividad principal no es proveer repuestos a otras empresas dedicadas al mantenimiento y a la reparación de aparatos de uso doméstico, si no a la comercialización y reparación de los mismos, es decir que además de tener al alcance los repuestos exclusivos de sus marcas propias cuenta con departamentos de soporte técnico que hacen las reparaciones y los mantenimientos de los aparatos, y en pocas ocasiones comercializan accesorios complementarios para los mismos.

RAZÓN SOCIAL	LOGO	CÓDIGO CIU	NIT	TIPO DE COMPETENCIA	CARACTERÍSTICAS	PRODUCTOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES	FUEN. DE INFO.
LG ELECTRONICS COLOMBIA LTDA.		4644	8300650634	INDIRECTA	<p>LG Electronics Colombia es una sucursal local de la empresa de Corea de Sur. La compañía está dedicada a la producción y comercialización de aires acondicionados, móviles, computadores, electrodomésticos, monitores comerciales, equipos de audio y video y seguridad electrónica.</p>	<p>Entre los productos más destacados de la compañía se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electrodomésticos. • Telefonos móviles. • Computadores. • Equipos de Audio Y Video. 	<p>DEW maneja productos de diversas marcas y la atención que ofrece es personalizada y directo a el cliente.</p>	<p>Como tal la marca no la maneja DEW pero es un LG maneja marcas de electrodomésticos que funcionan como reemplazo a los que DEW trabaja.</p>	www.lg.com/co
WHIRLPOOL COLOMBIA S.A.S.		4644	8300101819	DIRECTA	<p>Whirlpool Corporation es una compañía dedicada a la fabricación y comercialización de grandes electrodomésticos. La compañía comercializa las marcas Whirlpool, Brastemp, Jenn-Air, KitchenAid, Amana, , Bauknecht, Maytag, Consul y otras.</p>	<p>Entre los productos más destacados de la compañía se encuentran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Equipos de refrigeración. • Equipos para la cocina. • Lavadoras. • Aires acondicionados. 	<p>DEW maneja productos de diversas marcas y la atención que ofrece es personalizada y directo a el cliente, los tiempos de respuesta frente a las necesidades del cliente son mas rapidas.</p>	<p>Los repuestos que maneja la marca son mas accesibles. Tiene trayectoria en el mercado y puede bajar los precios de considerarlo conveniente.</p>	www.whirlpool.com.co




OSTER DE COLOMBIA LTDA.		4644	8050303991	DIRECTA	Oster es una compañía con 90 años de experiencia en la fabricación y comercialización de electrodomesticos en especial para la cocina; siendo uno de sus productos mas destacados las licuadoras	Los productos más representativos de esta compañía son: • Licuadoras y mezcladoras. • Artículos de Cocina. • Artículos para hacer Bebidas. • Artículos para el Hogar • Repuestos y Accesorios.	DEW maneja productos de diversas marcas y la atención que ofrece es personalizada y directo a el cliente los tiempos de repuesta son mas claros, se manejan referencias de la marca que no se encuentran directamente con la empresa Oster.	La marca de mayor reconocimiento en el mercado colombiano, maneja su propio centro de reparación de aparatos electrodomesticos asi como establecimientos para dar a la venta ciertos repuestos de electrodomesticos.	www.ostercolombia.com
ELECTROLUX S.A.		4644	8001849259	DIRECTA	Electrolux es una fabricante y comercializadora de electrodomesticos para uso domestico y profesional; la empresa maneja marcas como Electrolux, AEG, Zanussi, Corbero, Eureka, Fensa entre otras.	Los productos más representativos de esta compañía son: • Frigoríficos. • Lavadoras • Microondas. • Aspiradoras • Hornos.	DEW maneja productos de diversas marcas y la atención que ofrece es personalizada y directo a el cliente.	Marca de reconocimiento en Colombia, maneja una buena rotación de inventarios con lo cual saca nuevos electrodomesticos a la venta con cierta periodicidad.	www.electrolux.com.co
GOODTRADE S.A.S.		4644	8301275919	INDIRECTA	Esta compañía es la principal distribuidora de la marca Boccherini, además en su portafolio ofrecen productos y herramientas para la construcción y esporádicamente importan respuestas para electrodomésticos pequeños.	Los productos más destacados de la compañía son: • Ducha y sus accesorios. • Tejas de PVC. • Grifería para baños y cocinas. • Filtros de agua.	Se manejan productos exclusivos con referencias únicas, la empresa trabajara de la manos de las empresas según sus necesidades y no tendrá un catalogo de productos fijos sino que renovara su inventario según pueda abordar las necesidades de sus clientes.	Es una marca ya reconocida para las pequeñas ferreterías y comercializa diversos productos a demás de los electrodomésticos.	www.goodtrade.com.co

Tabla 3 Análisis de la Competencia

Esto supone una ventaja de DEW sobre sus competidores, puesto que el proveería de repuestos exclusivos y originales a las Pymes que se dedican al mantenimiento de electrodomésticos, ofreciendo una variedad en marcas, gamas y referencias; cabe resaltar que no se toma como referencia a las compañías que importan repuestos genéricos, ya que DEW quiere apostarle a surtir a estas compañías con insumos que le ayuden a potencializar su actividad económica, ya que existe una brecha muy grande en cuanto a calidad entre un producto genérico y uno original, lo cual le permitiría a estos locales de reparación generar una mayor satisfacción a sus clientes.

De igual forma DEW ofrece más libertad a la hora de realizar la compra en cuanto a la variedad de repuestos, el cliente podrá escoger entre muchas referencias la que más se adapte a sus necesidades, sin tener que batallar para conseguirla y así no tener que dimitir ante una petición de su cliente.

En conclusión, las empresas que se identificaron como competidoras no tienen como actividad principal la venta de repuestos y accesorios de aparatos de uso doméstico, lo que supone un vacío en el mercado en cuanto a la demanda de estos por empresas que su actividad principal es la reparación y mantenimiento de electrodomésticos, obligándolos a usar repuestos genéricos.

Precio

DEW no maneja unos precios establecidos, si no que maneja un porcentaje de comisión al momento de traer la mercancía, esto se debe a que más que comercializar el producto DEW es el intermediario que le permita a las Pymes dedicadas a la reparación y mantenimiento de electrodomésticos, adquirir repuestos de excelente calidad y con las especificaciones técnicas necesarias para ser usados.

Para la construcción del precio que pagaría un cliente se tiene las siguientes características:

1. Se realiza un levantamiento de información y la toma del pedido.
2. Se estudia la viabilidad de la importación (Traer mercancía desde el extranjero a Colombia) reuniendo todos los pedidos.
3. Se calculan y suman todos los costos concernientes a la importación (impuestos, transportes, logística, etc.)
4. Los costos anteriores son sumados con el costo inicial del producto.
5. A partir de este punto está constituido el costo, a partir de aquí se le suma un porcentaje sobre la operación, como un tipo de comisión sobre la venta.
6. Este valor se informa al cliente para que indique si está de acuerdo y se inicia la operación.

COTIZACION	IMPORTACION
PUERTO ORIGEN	MANZANILLO, MEXICO
PUERTO DESTINO	BUENAVENTURA, COLOMBIA
FLETE 40"	610 USD
BUC	290 USD
LSF	0 USD
CSF	13 USD
MTD	50 USD
SMD	35 USD
DETALLE PAGO A TERCEROS	
LIBERACION BL	180 USD
CERTIFICACION DE FLETES	30 USD
IMPUESTO ADUANA IVA	VALOR SUJETO AL VALOR DE LA MERCANCIA
IMPUESTO ADUANA ARANCEL	VALOR SUJETO AL VALOR DE LA MERCANCIA
PRECINTOS	10 USD
PRE INSPECCION MERCANCIA	300 USD
LIMPIEZA DE CONTENEDORES	50 USD
DEPOSITO DE CONTENEDOR	1000 USD (VALOR SUJETO A CAMBIOS)
ALMACENAJE	1200 USD (VALOR SUJETO A CAMBIOS)
GASTOS BANCARIOS	10 USD
DETALLE INGRESOS PROPIOS	
TRANSPORTE LOCAL DE MERCANCIAS	800 USD
ASESORIA	400 USD
PREINSPECCION	100 USD
TOTAL APROXIMADO:	5078
TRM (Tasa de cambio según DIAN)	2921,25
Total en Pesos Colombianos.	\$ 14.834.108
Porcentaje de ganancias esperado	30%
Total	\$ 19.284.340

Ilustración 33 Cotización realizada por Andrés Bernal Gerente de Bodexcargo S.A.S

Distribución

DEW quiere simplificar al máximo el proceso logístico, esto reducirá costos, lo cual tendrá un impacto positivo en el precio que se le ofrece al cliente, para eso contará con aliados estratégicos en Zona Franca como el gerente de Bodexcargo S.A.S quien realizó la cotización de la ilustración 33, esto para que al momento de realizar la importación la mercancía sea almacenada en una Zona Franca, de esta forma facilitar la logística y los

tramites de comercio exterior, a partir de la nacionalización de la mercancía, esta sale de Zona Franca y se transporta directamente a las instalaciones del cliente. (Ver diagrama, ilustración 34, proceso logístico de distribución.)

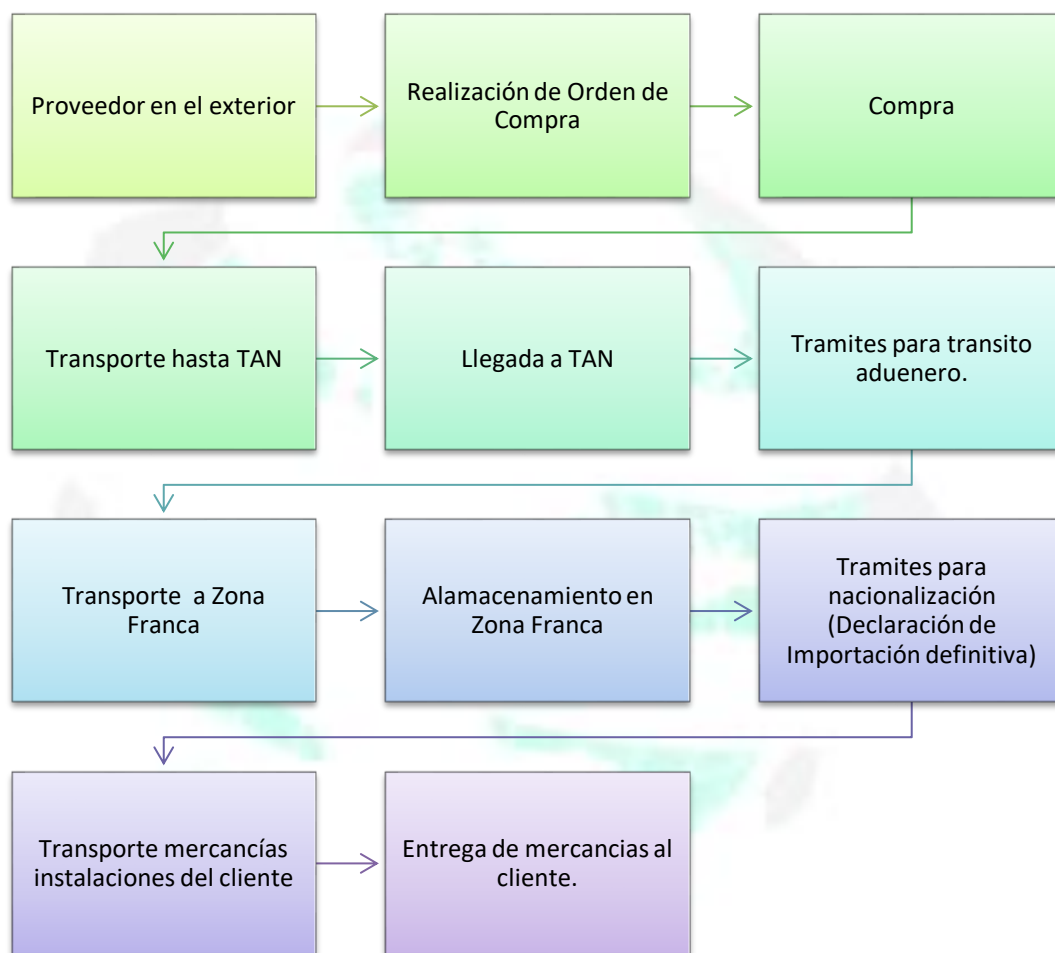


Ilustración 34 Proceso Logístico de Distribución

Cliente y Consumidor

- **Cliente:** El cliente al que va dirigido DEW es las PYMES que desarrollen la actividad económica de comercialización y reparación de Electrodomésticos que estén ubicadas en los sectores de ciudad Bolívar, Puente Aranda, y Chapinero junto a esto que no tenga la capacidad de importar sus propios repuestos electrodomésticos.

De los 184 locales de reparación con los que se desarrolló la encuesta y el estudio de mercado; 5 locales confirmaron su participación directa con la empresa, de igual manera DEW a través de un proceso de promoción explicado más adelante, estima que el 10% de los encuestados llegarían a realizar pedidos con la empresa. Esto teniendo en cuenta que de la encuesta obtenida el 83% de los locales estaría dispuesto a entablar negociaciones con la empresa, pero DEW decide desarrollar un escenario pesimista donde haya un mínimo sustentable de empresas para trabajar.

- **Consumidor:** El consumidor real no son las empresas que reparan artículos de hogar, son las familias, hogares y personas con un ingreso económico mínimo con aparatos de hogar que deseen realizar reparaciones, mantenimientos o compra de suministros a sus electrodomésticos.

2.6. Promoción

El objetivo de DEW es fortalecer la relación con su cliente, y generar confianza en él; para ello la promoción se basará en el Marketing Relacional, esta se enfoca a entablar relaciones de mutuo beneficio con el cliente a un largo plazo; este tipo de Marketing está relacionado al beneficio de las dos partes en la relación comercial. De esta forma DEW va a persuadir a su público objetivo por dos frentes el primero a partir de relaciones públicas y el segundo a partir del marketing directo.

- **Relaciones Públicas:** Para este punto DEW va enfocarse en un servicio al cliente más personalizado, de esta forma garantizando la satisfacción del cliente, esto se logrará mediante visitas presenciales, donde se realice un levantamiento de información detallado para así identificar todas las necesidades del cliente; también con esto se busca generar confianza al mantener relaciones más humanas.

- **Marketing Directo:** Para este ítem DEW quiere ser más directo con la información brindada al cliente, para realizar esta tarea se contará con material publicitario e informativo más simple y sencillo (uso de catálogos Virtuales y tarjetas de presentación); de esta forma se busca no saturar de información al cliente y por el contrario que reciba toda la información de manera simplificada.

2.7. Proyecciones de ventas

(Anexo Plan financiero, Herramienta Bogotá emprende)

VENTAS AÑO 1		
PERIODO	\$	%
ago/2018	55.740.000	7,95%
sep/2018	55.740.000	7,95%
oct/2018	59.740.000	8,52%
nov/2018	75.608.000	10,79%
dic/2018	57.052.000	8,14%
ene/2019	53.801.000	7,68%
feb/2019	56.870.000	8,11%
mar/2019	58.200.000	8,30%
abr/2019	57.330.000	8,18%
may/2019	56.210.000	8,02%
jun/2019	56.240.000	8,03%
jul/2019	58.270.000	8,31%

Tabla 4 Proyección de Ventas

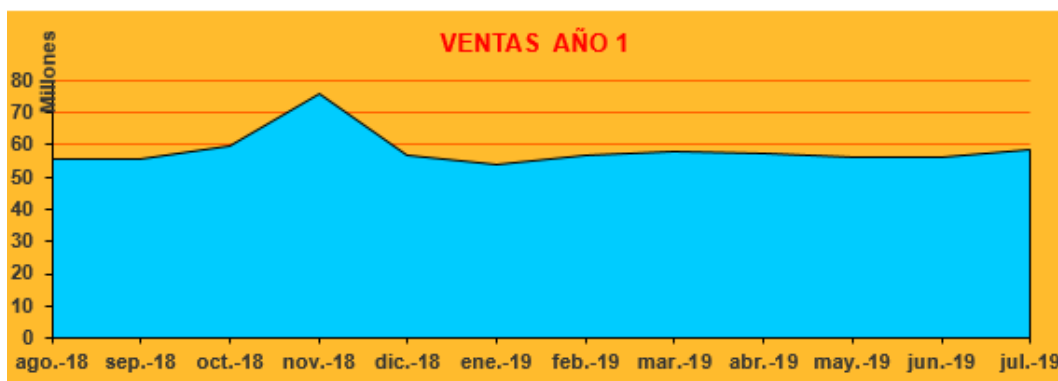


Ilustración 35 Gráfica de proyección de ventas.

La empresa inicia labores en el mes de Agosto del año 2018, según las proyecciones establecidas para el primer año la empresa venderá un total de \$700.801.000 con un pico de venta para el mes de noviembre, este aumento en las ventas corresponde a un evento derivado de las costumbres de los clientes y proveedores para estas fechas. Las empresas que venden repuestos electrodomésticos en la época de navidad generalmente toman vacaciones compartidas lo que determina que para estas fechas le sea difícil para el ferretero o los centros de reparación conseguir insumos de electrodomésticos es por esta razón que la mayoría de ellos hacen pedidos de mercancía más grande para el mes de Noviembre previniendo las vacaciones de sus proveedores.

VENTAS PROYECTADAS AÑOS 2 Y 3			
PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	700.801.000	58.400.083	
AÑO 2	735.681.000	61.306.750	4,98%
AÑO 3	813.839.000	67.819.917	10,62%

Tabla 5 Proyección de ventas anuales.

La ventas para el segundo año tendrán un crecimiento de 4.98% y del 10.62% para el tercer año. El aumento en las ventas estará determinado por el proceso de marketing que desea llevar la empresa a sus clientes, la empresa no busca campañas de publicidad porque ve de manera más efectiva que los mismos clientes recomienden la empresa y a través de la campaña de marketing inicial y las “sorpresas” (el termino se explica de mejor manera adelante) que se les darán a los clientes atraer a nueva clientela de 3 a 5 empresas por año.

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

PRODUCTO	EN PESOS		EN UNIDADES	
	VENTAS AÑO	%	VENTAS AÑO	%
Diafragma remachado de licuadora	122.000.000	17,41%	6.100	9,71%
Empaque de vaso	1.071.000	0,15%	11.900	18,94%
Porta vaso	51.280.000	7,32%	6.410	10,20%
Vaso de licuadora	83.160.000	11,87%	3.780	6,02%
fusible para olla presion	24.520.000	3,50%	6.130	9,76%
buje	19.880.000	2,84%	4.970	7,91%
Bobina	106.750.000	15,23%	3.050	4,85%
Inducido	115.520.000	16,48%	3.040	4,84%
Rodamientos	34.920.000	4,98%	3.880	6,18%
Tapa de licuadora	32.800.000	4,68%	6.560	10,44%
Magnetron	84.400.000	12,04%	2.110	3,36%
Fusible ceramico	24.500.000	3,50%	4.900	7,80%
TOTAL	700.801.000	100,00%	62.830	100,00%

Tabla 6 Ventas por producto.

El producto de mayor venta en pesos para el primer año será el diafragma remachado con un 17.41% de participación seguido de los inducidos, bobinas, magnetrón y vaso de licuadora con un 16.48%,15.23%, 12.04% y 11.87% respectivamente. Se resalta el hecho de los productos con mayor representación en ventas para la empresa son productos de licuadoras. Sin embargo en unidades el producto de mayor venta es el empaque de vaso con 18.94% esto por ser un producto de alta rotación en las empresas y manejar un valor de mercado bajo.

3. Producción y calidad

La empresa DEW se define por medio de la prestación de un servicio de Intermediación entre la PYME nacional y la Multinacional extranjera, a partir de este hecho se abordará la calidad y producción presente en la prestación del servicio.

3.1. Producción y prestación de servicios

La Empresa presta el servicio de comercialización y distribución de repuestos electrodomésticos de licuadoras, microondas, olla pitadora y estufas.

Flujo de actividades.

- **Análisis del cliente:** En esta etapa se recolectará la información de los clientes a los cuales va a dirigirse la empresa tales como: nombre de la empresa, ubicación, mercancías que vende, compras potenciales (haciendo referencia a los productos que vende la empresa de los cuales puede estar interesado el cliente), tiempos en que labora la empresa, etnografía de la persona que atiende el establecimiento.
- **Toma del pedido:** DEW se dirige al cliente para tomar su pedido, esto se hará de manera personal por lo cual se necesitará que la persona encargada se dirija hasta el establecimiento del cliente.
- **Viabilidad del pedido:** Una vez se tengan todos los pedidos se creará una lista con ellos para identificar si la sumatoria (a nivel monetario) es viable para realizar la importación o no: cuando es viable la importación se realiza sin ninguna novedad, cuando no es viable la empresa adicionará a la importación los productos requeridos para completar el precio necesario de la importación estos productos recibirán el nombre clave de “sorpresas” los cuales consistirán en

productos de carácter comercial reconocidos por su fácil rotación en empresas y se venderán a un precio relativamente menor por sets de mercancías. Las sorpresas serán repartidas de manera aleatoria por las diversas empresas con las que trabaje DEW con el fin de que sean no solo una forma de completar el pedido de la importación sino que además fidelice a sus clientes.

- **Concretar el pedido:** Conociendo el número de mercancía que la empresa requiere se dispondrá a hablar con el proveedor en el exterior para solicitar la mercancía de ahí en adelante se concretará la solicitud y se hablará con la S.I.A o el agente aduanero a cargo de la importación para cuando se realice el proceso de aduanamiento, desaduanamiento, DEW pagará los impuestos presentes en la importación y la nacionalización y el tránsito aduanero porque la mercancía siempre terminará en una Zona franca bajo la modalidad de nacionalización parcial.

- **Distribución:** la empresa trabajará bajo pedido por lo cual no tendrá una bodega o establecimiento comercial se optará por llevar la mercancía a zona franca pagando el costo de bodegaje, esto con el fin que la mercancía nacionalizada sea distribuida directamente al cliente en cuestión.

- **Cobros y pagos:** la mercancía se cobrará al cliente de manera directa pasados los 30 días desde la entrega del pedido y el pago a los proveedores se manejará a 60 días respectivamente.

Diagrama de Flujo.

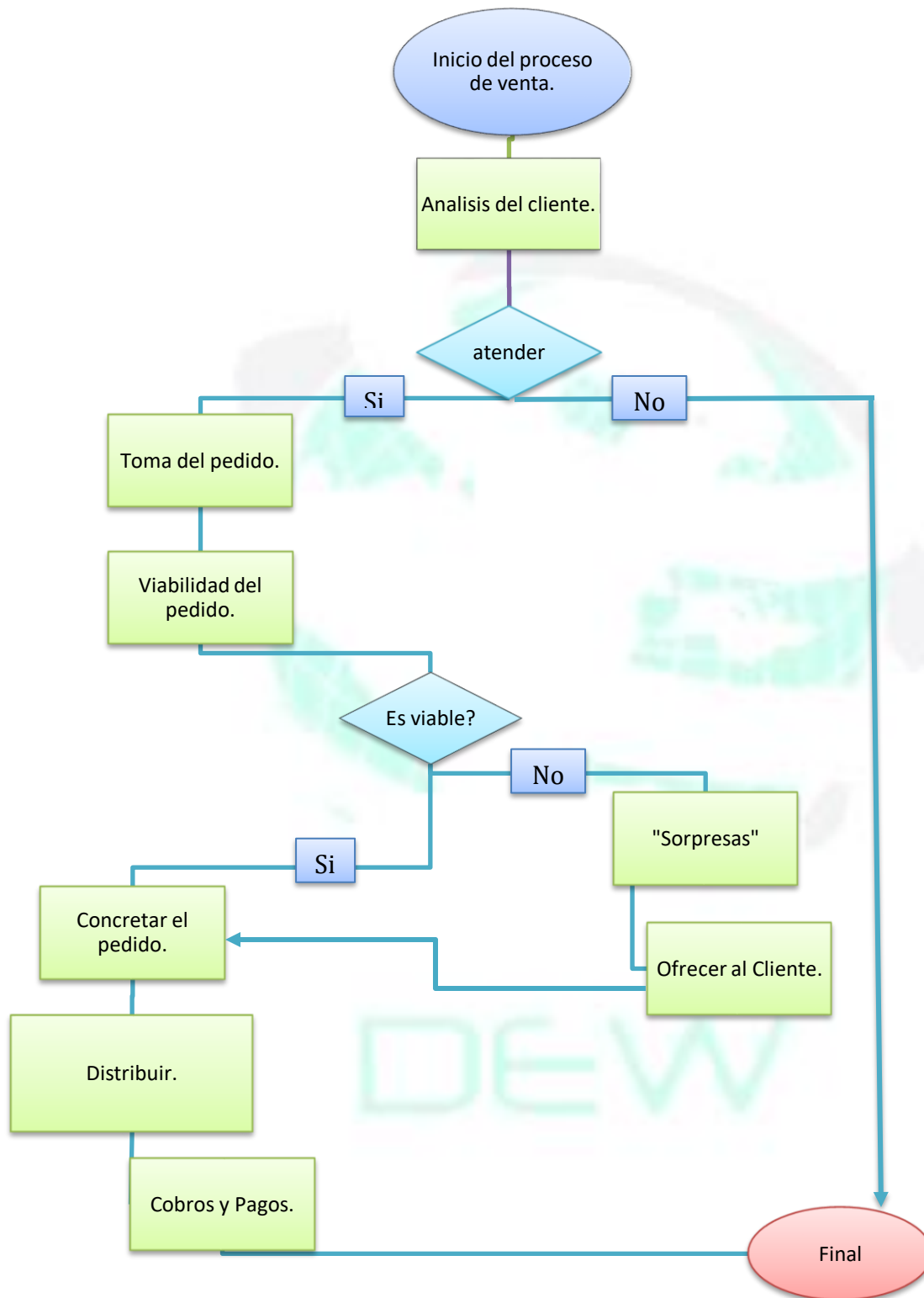


Ilustración 36 Proceso de Venta.

Tecnologías necesarias

- **Computador:** Un computador de mesa que tenga buena memoria RAM para guardar los datos de los clientes, realizar pedidos y acceder a nueva información. Procesador: AMD dual Core A9 o Core i3, sistema operativo: Windows 10, disco duro pc: 1TB, memoria RAM: 8gb, 15 pulgadas de pantalla y Garantía de 12 meses.
- **Programa contable:** Programa autónomo con la capacidad de brindar un cuidado a las cuentas transadas y este programado para desarrollar las políticas NIIF previniendo problemas futuros debido a que le empresa tendrá la calidad de importadora. Adquirido con Digital sigma, software contable en la nube con configuración inicial, 1 base de datos, 1 usuario principal, 1 usuario adicional, NIIF para microempresas decreto 2706/2012 5 horas de soporte básico mensual no acumulable, 2 reportes personalizados, capacitación presencial ERP básico (Gestión contable, planos MM, Formato 1001, gestión de cartera cxc-cxp, recibos de caja, comprobantes de egreso, factura de servicios, inventario básico, cotización, factura de venta, norma NIIF, informes, control y seguridad del sistema).(\$1.204.560 Anual).
- **Tablet:** Se utilizará para tomar los pedidos de los clientes se actualizará en ella los catálogos virtuales en la necesidad de mostrar esa información al cliente a través de un medio. Sistema operativo Android, pantalla de 7 pulgadas, disco duro de 8 gb, memoria RAM de 1 gb, capacidad a memoria expandible, conectividad 4G, batería de 4.000 mAh y garantía de 1 año.
- **Celular:** de carácter preventivo para mantener contacto y socializar con el cliente. Pantalla de 5 pulgadas, batería de 3000 mAh, sistema operativo Android, memoria expandibles. Memoria interna de 32 gb y garantía de un año.

Gestión de stocks (inventarios)

La empresa no manejará inventario debido a que no se requiere del mismo para funcionar, la empresa trabajará bajo pedido con lo cual importará la mercancía requerida por el cliente y posterior su llegada a Colombia la distribuirá a sus clientes; en el caso de las “sorpresas” estas se ofrecerán antes de pedir las, es decir que al cliente serán ofrecidas como “gangas” o rebajas exclusivas en el precio del producto a ofertar con lo cual se concretará la venta del mismo antes de que la mercancía llegue a Colombia.

3.2. Calidad

El enfoque respecto a la calidad que ofrece la empresa recaerá en el funcionamiento de la misma teniendo en cuenta que parte esencial de su servicio es su promesa de tiempos de entrega oportunos, trato cordial, junto a la calidad presente en el producto. Para asegurar la calidad presente en los productos la empresa desarrollará redes de negociación como la que busca mantener con la empresa Rosan ubicada en México.

Control de calidad.

El control de calidad de la empresa DEW empieza en la negociación con los proveedores donde se realiza un estudio comercial del proveedor en cuestión, sin embargo para la verificación de la calidad del producto se manejarán unas garantías de satisfacción con el proveedor, con eso en caso de haber algún inconveniente con la mercancía se podrá devolver y solicitar una nueva mercancía que cumpla con los estándares pactados, los tiempos se manejarán con Bodexcargo y al llegar la mercancía al puerto de Buenaventura se podrá tener un control de los tiempo con la pagina virtual del puerto y así manejar un buen just in time.

Para la verificación de la mercancía existe el proceso de pre-inspección de la mercancía, una vez la mercancía llega a zona franca la importadora verifica el producto respecto a la factura de venta, este proceso y resultados obtenidos sirven para DEW y la verificación de la calidad en los insumos comprados.

Para asegurar que las mercancías lleguen en perfecto estado al establecimiento del cliente se contrata con un seguro internacional y una prima adicional en caso de robo, el seguro será pagado en negociación mutua con el proveedor y cubrirá a la mercancía desde la salida de la bodega del proveedor hasta la entrega de la mercancía en su lugar de destino, país de importación. La asignación de las responsabilidades del pago de la mercancía será determinada según el incoterm establecido.

Mejoramiento continuo.

El control de calidad se llevará a cabo a partir del segundo pedido realizado por el cliente; cuando la empresa vaya a realizar un nuevo contrato de mercancía con el establecimiento, el empleado que tome la solicitud de los nuevos productos no solo tendrá un catálogo, también contará con una encuesta de satisfacción que se le realizara al cliente con el fin de identificar, satisfacción, aciertos y puntos a mejorar de la anterior entrega.

Nota: Para asegurar una calidad estándar en los productos a distribuir por la empresa, DEW se asegurará que los proveedores con los que trabaje manejen una garantía sobre el producto que venden con lo cual la mercancía cumplirá con la razón de su creación y mantendrá una garantía que respalda su funcionamiento.

3.3. Equipos e infraestructura

Oficina: Se optará por una oficina semi-privada en Cowo ya que cubre las necesidades básicas y su costo es bajo (\$600.000), incluye internet de alta velocidad, Mesa de trabajo, Cajonera y una lámpara.

Bodegajes en Zona Franca: se promedia un pago de \$150.000 por día, el máximo tiempo que la mercancía durará en Zona franca es de 3 días dando un total de \$450.000. El valor del bodegaje varía en gran medida de la cantidad de mercancía que llegue y el tiempo de nacionalización. Es decir que los bodegajes comienzan a cobrarse una vez nacionalizada la mercancía.

Equipos:

- Computador portátil (\$ 1.400.000) garantía de un año, disco duro de 1tb para guardar la información de los clientes;
- Tablet Básica para mostrar los catálogos, la toma de pedidos, y la realización de encuestas (\$ 400.000).
- Celular básico para realizar llamadas y acceso a internet. (400.000)
Se optará por pagar un plan básico de internet y minutos al vendedor para que proporcione su celular como medio de comunicación (\$ 50.000). El plan cuenta con 3,5 gb de navegación y 200 minutos a todo destino.
- Botiquín (100.000).

Otros Elementos: Utensilios básicos necesarios en toda oficina, esferos, cuaderno, borrador, cosedora, perforadora, pos it, resaltadores, regla, lápiz, borrador. (\$ 100.000).

Procesos Outsourcing:

Importación: Se manejará con la empresa Bodexcargo S.A.S agente internacional encargada de recibir, transportar, nacionalizar y entregar la mercancía. (\$19.284.340 por concepto de contenedor de 40")

Distribución: Se manejará con la misma empresa encargada de la importación, el costo de distribuir la mercancía es de \$200.000 por día.

3.4. Seguridad en el trabajo y medio ambiente

Según la ley No. 1562 del 11 de Julio 2012 “Por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional”, La empresa llevará a cabo las disposiciones necesarias para desarrollar su labor puestas en la anterior ley:

- Sera obligatorio para la empresa afiliar a todos sus empleados a el sistema de riesgos laborales.
- Cubrir monetariamente accidentes de trabajo y enfermedades laborales.
- Aportes al sistema de riegos laborales.
- Servicios de promoción y prevención como: Campañas de salud ocupacional, capacitación en brigadas de emergencia contra desastres naturales y primeros auxilios.
- Botiquín de primeros auxilios.

Medio Ambiente.

DEW no tiene un proceso de protección medio ambiental sobre sus productos distribuidos respondiendo al art. 8 “*Eximentes de responsabilidad*” de la ley 135 de 2012 donde al ser el producto fabricado por una empresa diferente a DEW la misma no debe tener un proceso de prevención medio ambiental sobre el producto sino la empresa productora conocida como “tercero”.

En consecuencia DEW llevará su proceso de prevención medio ambiental a partir del desarrollo de su servicio de comercialización y distribución de la mercancía: evitando el gasto incensario de papel con lo cual se responderá a la necesidad de sus clientes de tener un catálogo de la mercancía distribuida el cual será obtenido de manera virtual y no física, o en caso de no contar con un mecanismo virtual el cliente se le mostrará el

catalogo por la Tablet dispuesta para tal labor, de igual manera pese a no ser obligación de la empresa el tener una prevención sobre los productos distribuidos se estudiaran las propuestas medio ambientales de los proveedores, en caso de no tener políticas ambientales se les pedirá implementarlas o se estudiará la posibilidad de realizar negocios con otras empresas en caso de una negativa en el cambio de sus políticas medioambientales, teniendo presente que el proceso de políticas ambientales se realizara con los proveedores en el extranjero y no con los clientes en Colombia ya que al venir los productos con las políticas medioambientales implementadas los clientes en el país tendrán productos que cumplen con las políticas medio ambientales, junto a la aplicación interna de las tres R respecto a los residuos dejados por la empresa que si bien no serán muchos se le aplicará un proceso medioambiental (reducir, reutilizar, reciclar).

4. Organización y gestión

4.1. Planificación y temporalización

Planificación de ventas

- **Presupuesto en mercadeo.**

Se iniciará el proyecto por medio de una campaña pequeña de apertura la cual consistirá en dirigirse a los clientes potenciales para la empresa, darles a conocer que la empresa ya está en funcionamiento junto a la entrega de un calendario de bolsillo y la tarjeta de presentación de la empresa. (\$ 100.000). Por motivo que las empresas de reparación de electrodomésticos no pagan con medios electrónicos, tampoco suelen comprar productos por internet y según la experiencia del gerente en este sector se estima que la forma más efectiva de presentar la empresa es por este medio.

- **Proyección en la incorporación de nuevo personal.**

Aunque se llegará a observar un incremento en las ventas producidas por la empresa no se solicitaría nuevo personal; se mantendrá el mismo equipo de trabajo conformado por el gerente que hará las labores de dirigirse al cliente, tomar el pedido y desarrollar la labor logística, el contador necesario para llevar la parte contable de la empresa y en caso de tener a un número mayor a 20 empresas solicitando los servicios de DEW se contratará a un nuevo personal encargado de concretar y administrar los pedidos de las nuevas empresas, a este empleado se le pagaría un salario mínimo mensual legal vigente.

- **Proyección de Capital.**

La empresa requiere de un capital inicial de \$ 40.400.000 de pesos los cuales serán conseguidos de la siguiente forma:

- Capital propio: La empresa contará con un capital inicial de \$12.400.000 de pesos brindados por el dueño de la empresa Wilmer Yesid Cepeda Figueredo.
- Recursos de fomento: \$28.000.000 de pesos de: Fondo emprender, Innpulsa, Fundación Bavaria, Fundación bolívar Davivienda. Este dinero se utilizara para costear las dos primeras importaciones (Solo el proceso) y el dinero restante como un colchón financiero ante cualquier calamidad.

Planificación de personal

Para identificar las personas que requiere la empresa para desarrollar su labor de distribución y comercialización de repuestos de hogar se hará uso del organigrama y se explica las personas que intervienen en tal labor.

Tabla 7 Recurso humano y Colaboradores.

Persona / entidad.	Funciones.
Gerente general:	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de cliente: Recopila la información y decide la mejor manera de llevar a cabo la negociación con el cliente. • Toma de pedido. • Validar Pedido: Análisis de número total de pedidos, para determinar si la importación es viable. • Concretar Pedido. • Cobros y Pagos: Cobrará a los clientes, Pagará a los proveedores.
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Cobros y pagos: Asentará contablemente las finanzas

	realizadas en el mes.
Terceros.	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Aduanero: Encargado de la importación, transporte, carga, nacionalización de la mercancía y despacho. Agente de carga: Puede realizarla el agente aduanero u otra entidad. Se encarga de llevar la mercancía de Zona Franca al local del cliente.

Planificación de inversiones

Tabla 8 Resumen de Inversiones.

INVERSIONES		
EN ACTIVOS FIJOS		
RESUMEN		
APORTES EN ACTIVOS FIJOS CON RECURSOS PROPIOS		
CONCEPTO	COSTO	AÑOS VIDA UTIL
TERRENOS	\$ -	
EDIFICIOS	\$ -	20
MAQUINAS	\$ -	10
EQUIPOS	\$ 800.000	5
VEHICULOS	\$ -	5
MUEBLES Y ENSERES	\$ -	1
HERRAMIENTAS	\$ 10.200.000	3
COMPUTAD. PRODUC.	\$ -	10
COMPUTAD. ADMON.	\$ 1.400.000	3

Tabla 9 Inversión artículos tecnológicos y de oficina.

CONCEPTO	COSTO TOTAL	FUENTE DE RECURSOS	ADQUIRIDOS EN EL:
•Tablet Básica para mo	\$ 400.000	APORTE DE SOCIOS	INICIO DEL PROYECTO
Computador Portatil	\$ 1.400.000	APORTE DE SOCIOS	INICIO DEL PROYECTO
Inversion Inicial	\$ 10.000.000	APORTE DE SOCIOS	INICIO DEL PROYECTO
Celular	\$ 400.000	APORTE DE SOCIOS	INICIO DEL PROYECTO
Botiquin	\$ 100.000	APORTE DE SOCIOS	INICIO DEL PROYECTO
Utensilios de oficina	\$ 100.000	APORTE DE SOCIOS	INICIO DEL PROYECTO
0	\$ -	0	0
0	\$ -	0	0

Tabla 10 Financiación

CAPITAL DE TRABAJO	CONDICIONES DE FINANCIACION					MONTO	RECURSOS	FECHA
	MONTO	MESES	TASA N.A.	TIPO	GRACIA			
CON RECURSOS EXTERNOS:	\$ -	\$ 0	0,00%	\$ 0	\$ 0	\$ 28.000.000	NO REEMBOLSABLES	INICIO DEL PROYECTO
						\$ -	0	0
CON RECURSOS PROPIOS:	\$ -					\$ -	0	0
CON SUBVENCIONES O DONACIONES:	\$ 28.000.000					\$ -	0	0

A continuación se muestran las inversiones que la empresa realizará antes de iniciar las ventas para el año 2018 teniendo en cuenta que la empresa iniciará labores en Agosto. Para comenzar el funcionamiento activo de la empresa, la misma requiere un monto de \$28.000.000 de pesos como soporte de capital de trabajo, se conseguirá el monto por medio de los fondos de emprendimiento.

Sistema de evaluación de resultados

Para evaluar los resultados se destinarán juntas administrativas cada 3 meses esto con el fin de identificar puntos fuertes y débiles de las operaciones realizadas, la evaluación de resultados se realizará analizando el cumplimiento de las metas en cada una de las bases en la prestación de servicios de la empresa desde el análisis de la información hasta el cobro y pago a clientes y proveedores donde se analizaran los tiempos de respuesta entre las fases y se buscará mejorarlas, adicional a esto se recopilará la información obtenida en las encuestas de satisfacción para identificar aciertos y problemas percibidos por el cliente. Las juntas serán precedidas por el gerente y el contador.

Indicadores destinados para esta labor:

- Ventas: se calculara midiendo el flujo de ventas en un tiempo determinado. Se usará para identificar el crecimiento en las ventas a través del tiempo.

- Satisfacción: Con ayuda de la encuesta de satisfacción que se le realiza a los clientes se calculará como percibe el cliente a la empresa, dándole un porcentaje numérico a la encuesta se podrá calcular la satisfacción.
- Tiempos de Respuesta: Se espera que el proceso de venta dure un mes dividido en varias etapas, por lo que mensualmente se agregará al indicador el tiempo que demora cada proceso con respecto al realizado el mes anterior, así se sabrá si la empresa ha mejorado o decaído sus tiempos de respuesta y en qué área se intervendría para mejorar.
- Indicador de rotación de cartera: Como la empresa cobra a 30 días y paga a 60 días es necesario llevar un indicador sobre este proceso para verificar que los cobros y pagos se realicen en las fechas acordadas. Indicador de rotación de cartera se modificará para adicionar el pago a proveedores, por lo que se verificara mensual y anualmente que los cobros y pagos se realicen en las fechas correspondientes.

4.2. Organización

Equipo

2 personas: Gerente general. (\$ 2.000.000) – Contador. Contratado por honorarios (\$ 400.000).

Los tiempos del personal para desarrollar el servicio desde su inicio hasta el pago y cobro de facturas serán de un mes a partir de la etapa de Análisis de la información.

Puntos a tener en cuenta:

- Se trabajará de lunes a viernes.

- El tiempo de trabajo por día es de 9 horas de 8:00 a.m. a 6:00 p.m. sin contabilizar la hora de almuerzo de 1:00 pm a 2:00 pm.

Tabla 11 Plan de Trabajo.

Semanas	Actividades a realizar por semana.
1	<ul style="list-style-type: none"> • Primer día se destina para el análisis de información. • El resto de la semana se destina para dirigirse a el establecimiento de los clientes y tomar sus pedidos hablar con ellos y ofrecerles mercancía atractiva que llegue a interesar. • Viernes final de la semana se usa para validar el pedido y verificar que se cumpla, en caso de no hacerlo, las “sorpresas” se ofrecerán de manera telefónica al cliente.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Lunes se solicita la mercancía con los proveedores y se habla con el agente aduanero para concretar la llegada de la mercancía a Colombia. • El resto de la semana es de espera a la llegada de la mercancía.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Tras la llegada de la mercancía a zona franca se procede a la nacionalización, el pago de impuestos se realiza en la mañana para que el proceso se reporte ante la Dian el mismo día y se puede proceder a distribuir. • La distribución se hará dividida en 3 días cada día se entrega la mercancía en una localidad diferente ya sea Ciudad Bolívar, Chapinero o Puente Aranda.

4	<ul style="list-style-type: none"> Se realizará pago y cobro de facturas según corresponda; 30 días después de entregada la mercancía se cobrará al cliente, 60 días tras llegada de la mercancía a Colombia se le pagará al proveedor.

Organigrama

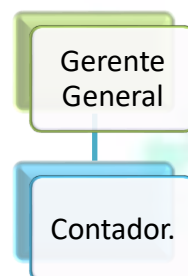


Ilustración 37 Organigrama de DEW

Organización del trabajo

Tabla 12 Perfil Profesional

Cargo	Actividades	Perfil
Gerente General	Análisis del cliente. Toma del pedido. Validar pedido. Concretar pedido. Cobros y pagos.	Debe tener experiencia o cargos asociados a las relaciones comerciales, proactivo y atento, una persona con un nivel básico de inglés, que pueda mantener conversaciones básicas en inglés, conocimientos en las finanzas, contabilidad y análisis financiero. Conocimientos en procesos aduaneros. Amigable, respetuoso, emprendedor y

		conocimiento básico de etiqueta.
Contador	Cobros y pagos.	Con carrera en contaduría, conocimiento estricto del análisis financiero. Se requiere que tenga experiencia con otras empresas y se acepta la experiencia adquirida en las prácticas universitarias siempre que estas estén relacionadas con el aparato contable de la empresa donde trabajó. Con capacidad de tiempo para la empresa, puntual, responsable y conocimiento de las normas NIIF y su aplicación.

4.3. Gestión de personal

Tras identificar las necesidades de la empresa se buscará el personal que las satisfaga. En la búsqueda de encontrar gente con potencial y conocimiento haciendo más allá de la experiencia y buscando gente que aporte voluntad, entendimiento y capacidad de liderazgo.

Proceso de selección:

- Prueba de personalidad.
- Estudio de conocimientos.
- Entrevista con la persona en cuestión.
- Análisis de la información suministrada por el candidato.
- Selección de los candidatos por competencias.
- Evaluación de los resultados obtenidos.
- Proceso de prueba; el proceso de prueba que pase la persona elegida será remunerado respecto al trabajo desempeñado.
- Proceso de contratación.

DEW como empresa busca generar un cambio en la forma de percibir al ciudadano, para ir más allá del título profesional otorgado; el proceso de selección de DEW se basará en tener uno de estos dos aspectos. Tener la experiencia en el sector con su debido comprobante o Un certificado que acredite que los conocimientos adquiridos en su universidad o academia le permiten desempeñar el papel que la empresa requiere.

Si la persona en cuestión cumple con alguno de estos requisitos se procederá a realizarle las pruebas, entrevistas y test anteriormente descritas esto con el fin de entender si la formación que los candidatos recibieron es acorde a lo que busca la empresa. Por tanto, la formación de la persona se basará en conocimientos y experiencia que si bien no debe tener las dos a la vez si debe poseer alguna de las dos porque la empresa estará en la libertad de comprobar la veracidad de ellas por medio de los test propuestos.

Formación

Completo el plan de entrevista, una vez aceptado el empleado pasará por un periodo de prueba donde aprenderá los procesos de la empresa, los tiempos que se manejan, se le ofrecerán asesoramientos y acompañamiento en su puesto de trabajo para que comprenda la mejor forma de trabajar en la empresa y así mismo él pueda proponer mejoras reales en la forma de desempeñar los cargos anteriormente expuestos.

Retribución del emprendedor

El emprendedor recibirá un salario fijo sin derecho a comisiones o bonificaciones siendo esta la política durante el primer año. Para los siguientes años se prevé incrementar el personal por tanto en ese momento se reconocerá el esfuerzo de los empleados dándoles reconocimientos no de carácter monetario, estos serán cupones en

tarjetas de regalo para final de año, almuerzos el día de su cumpleaños, y una semana más de descanso para los hombres y mujeres en caso de que estos estén en labor de parto.

El pago del salario del empleado se hará dividido en quincenas para evitar la necesidad de que el empleado deba pedir adelantos de su salario, en caso de que esté igual llegue a necesitar de un adelanto en su salario respondiendo a un evento justificado, de ser un monto menor a el salario que percibe se descontará en cantidades iguales durante 3 meses. En caso de que el monto solicitado por el empleado sea mayor, se discutirá su viabilidad y de ser aceptado se llenará un contrato que comprometa al empleado al pago del avance de su sueldo que será diferido en un año o un tiempo menor de ser solicitado por el empleado. En este tiempo el empleado no tendrá la posibilidad de renunciar o dejar el trabajo, no hasta liquidar su deuda con la empresa.

Sueldos

El sueldo para el empleado será decido a través de su contrato teniendo en cuenta que al ser la empresa desarrollada inicialmente por un empleado y un contador no propio de la empresa sino contratado por honorarios, el contrato para el empleado será fijo por lapsos de 1 año y renovado subsecuentemente, en el caso del contador se le pagará un salario menor a 1 SMMLV debido a que de llegar a solicitar un valor mayor a este se optará por contratar a un contador fijo en vez de uno por honorarios. Los salarios aumentarán conforme a las proyecciones previstas para el IPC.

Nota: Se determina en función de la empresa, que el emprendedor no recibirá un porcentaje de las ganancias obtenidas por la venta de las mercancías, el capital obtenido por las ventas será usado para refinanciar e incentivar el crecimiento de la empresa

Tabla 13 Nomina estimada mensual.

Nombre del empleado	Cargo	DEVENGADO				DEDUCCIONES		Total deducciones	Neto pagado
		Datos básicos		Sueldo devengado	Total devengado	Aportes a Salud	Aportes a Pensiones		
		Sueldo básico	Días trabajados (en la quincena o en el mes)			Aporte obligatorio a Salud (4%)	Aporte obligatorio a Fondo de pensiones		
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Wilmer Yesid Cepeda Figueredo	Gerente	2.000.000	30	2.000.000	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Totales				24.000.000	24.000.000	960.000	960.000	1.920.000	22.080.000

Tabla 14 Carga prestacional mensual.

		Seguridad social a cargo del empleador			Prestaciones sociales.				Aportes parafiscales.			
Cargo	Sueldo	Aporte Salud (8,5%)	Aporte Pension (12%)	ARL (0.522%)	Prima de Servicios	Cesantías	Intereses de Cesantías	Vacaciones	SENA	Caja de Compensación Familiar	ICBF	Total
Gerente	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
	\$ 2.000.000,00	\$ 170.000,00	\$ 240.000,00	\$ 10.440,00	\$ 166.600,00	\$ 166.600,00	\$ 19.992,00	\$ 83.400,00	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00	\$ 60.000,00	\$ 3.037.032,00
		\$ 2.040.000,00	\$ 2.880.000,00	\$ 125.280,00	\$ 1.999.200,00	\$ 1.999.200,00	\$ 239.904,00	\$ 1.000.800,00	\$ 480.000,00	\$ 960.000,00	\$ 720.000,00	

5. Jurídico - tributario

5.1. Determinación de la forma jurídica

Determinación de la forma jurídica

DEW en su registro mercantil quedará inscrita como una sociedad por acciones simplificada con las siglas S.A.S teniendo como principal ventaja la conformación de la empresa por una o más personas. DEW siendo la empresa que decide crear Wilmer Yesid Cepeda Figueredo no tendrá socios anexos para poder desarrollarla al inicio de sus actividades, sin embargo también tiene como ventaja la oportunidad de integrar una serie de socios ilimitada que si bien es un punto a favor de la misma, tiene como negativa la falta de participación de este tipo de sociedad en la bolsa de valores. (Art. 4 de la ley 1258 de 2008). Adicional a tal ventaja se ofrece la oportunidad de no necesitar de un tiempo definido para el desarrollo de su actividad, y la capacidad para los creadores de la sociedad de disponer de las pautas que dispondrá jurídicamente la empresa aportando una oportunidad a DEW de desarrollar de manera más laxa sus políticas frente a la inclusión de nuevos socios a futuro.

DEW al ser una importadora de repuestos electrodomésticos entiende que no todos los productos que llegará a importar entrarán por las mismas partidas arancelarias, entonces la forma jurídica por constitución de una S.A.S permite y citando a la ley *“Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.”* (No.5 Art. 5 de la ley 1258 de 2008) Aportando a DEW la oportunidad de realizar su actividad comercial sin ninguna complicación frente a la ley. Una SAS no está obligada a tener un revisor fiscal.

Pasos para la tramitación de la forma jurídica de tu empresa

Según la ley 1258 de 2008 por la cual se regulan la constitución de las sociedades por acciones simplificadas. Los siguientes pasos son obligatorios en la creación de la misma.

- El documento de constitución de llevar según el Art 5 de la ley 1258 de 2008:
 1. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
 2. Nombre de la empresa seguido de las siglas “S.A.S”
 3. Domicilio del lugar.
 4. Duración planeada para la empresa que de no especificar la Cámara de comercio lo tomara como indefinida.
 - 5. Actividades a las que se dedicara la empresa, de no especificar se dará por sentado que podrán realizar cualquier actividad comercial siempre y cuando sea realizada dentro del marco de la ley.
 - 6. Capital destinado para la creación de la empresa.
 - 7. Contexto administrativo y representante legal.
-
- Inscripción del régimen Único Tributario. (RUT).
 - Registro único empresarial (RUES)
 - Llenar el formulario de matrícula de sociedades.
 - Pagar los derechos de inscripción ante la cámara.
 - Obtener el número de identificación tributaria (NIT).
 - Registro de información tributaria (RIT).

Costo

- Formulario de inscripción: \$5.200
- Inscripción de actos y documentos: \$39.000
- Inscripción de libros en el registro mercantil: \$12.800
- Depósitos de estados financieros: \$19.300
- Afiliación a Cámara: \$ 32.000
- Matrícula: \$ 376.000

5.2. Aspectos laborales del emprendedor

Sistema general de seguridad social en pensiones

DEW como empresa legalmente constituida está obligada a brindar un subsidio sobre la seguridad social en salud a sus empleados, los que deben estar afiliados al régimen contributivo. El pago obligatorio por parte de la empresa es del 8% sobre el 12% del salario mensual, el 4% queda a cargo del empleado.

Sistema general de seguridad social en salud.

DEW se unirá al régimen contributivo entendiendo que no todos sus empleados futuros tienen la capacidad de afiliarse al régimen contributivo por tanto cumplirá con la ley pagando la parte correspondiente a el cubrimiento que necesitan sus empleados.

5.3. Aspectos laborales y seguridad social de los trabajadores

Modalidades contractuales

El contrato que DEW celebrará con las empresas corresponderá a un contrato escrito en el que se dispondrá en mutuo acuerdo y a favor de ambas partes, se debe tener en cuenta que la empresa inicialmente estará integrada por dos personas de las cuales la primera es decir el gerente celebrará un contrato escrito a término fijo en relación de un año mientras el segundo contrato celebrado con el contador designado por la empresa será por honorarios.

.El contador no será trabajador real de la empresa, pero será tratado como tal y su contrato tendrá unas cláusulas respecto al cumplimiento de horarios dentro de la empresa pues pasa a cobrar mayor importancia el cumplimiento de metas, deberá desarrollar de una actividad semanal dentro de la empresa.

Los puntos en los que hará hincapié la empresa al momento de desarrollar la contratación serán los siguientes (Solo aplica para el contrato laboral, no para el contrato por prestación de servicios):

- Se especificará en el contrato el tipo de servicio que el empleador prestará en la empresa.
- Se especificará el monto o cuantía a percibir del empleado por su labor realizada.
- Se dictarán las causales a las que el empleado deberá estar atado para realizar su labor tales como el cumplimiento de un horario, modales presentes dentro de la empresa y se anexaran las causales de despido.

5.4. Obligaciones tributarias

Impuestos a pagar.

Según la reforma tributaria los impuestos a pagar por las sociedades son los siguientes.

- Impuesto de renta: 2018 33% (ABC Reforma tributaria, Ministerio de hacienda y DIAN).
- Impuesto CREE: 6%
- Impuesto al valor agregado: 19% para los repuestos electrodomésticos.
- Impuesto de Industria y comercio: del 0.2% al 1% para actividades comerciales y de servicios.
- Arancel repuestos electrodomésticos de México a Colombia: desgrave arancelario del 0% para los aparatos electrodomésticos según el TLC entre la república de Colombia y los Estados Unidos Mexicanos. (Tratado de libre comercio, Ministerio de industria y turismo)

5.5. Permisos, licencias y documentación oficial

Para la importación de partes y repuestos de aparatos y equipos eléctricos de uso doméstico, DEW contará con los requisitos básicos que le exige la legislación colombiana como: el registro como importador frente al Departamento de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN por medio de la inscripción de RUT; además al utilizar los Servicios de una Agencia de Aduana para tal fin, se le proporcionará a la misma un poder autenticado para que la agencia sirva como declarante en el Registro de Importación.

Al contar con proveedores en el México, se debe tramitar un certificado de origen de estas partes, relacionado al acuerdo de la Alianza del Pacífico, consignado en el Decreto 713 del 29 de abril 2016 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo - Diario Oficial No. 49859; de esta forma poder gozar de los beneficios tributarios que ofrece este acuerdo.

De igual forma las partidas arancelarias que conforman el portafolio de productos de DEW, son de libre importación, por lo cual no es necesario tramitar algún tipo de licencia específica para su comercialización o su libre circulación en el Territorio Aduanero Nacional, esto de acuerdo al Decreto 2303 de 11 de octubre de 2002 del Ministerio de Comercio, Industria Y Comercio – Diario Oficial No. 44967.

Documentación oficial

Los libros y Actas que deberá llevar la empresa son:

- Libro Diario: mediante el cual se inscriben las transacciones y procesos financieros presente en la empresa de manera diaria.
- Libro Mayor y balances: se registra el resumen de las operaciones financieras realizadas en un mes por la empresa.
- Libro de socios y accionistas.
- Actas de asamblea y junta de socios.
- Libro de balances e inventarios.

5.6. Cobertura de responsabilidades

Seguros

La empresa se ve en la necesidad de contratar un seguro internacional contra todo riesgo el cual se conoce como una póliza de riesgo, lo que hace esta es brindar la posibilidad al importador de que, en caso de una calamidad, desastre natural o robo la aseguradora le responda a los implicados

sobre el incidente y sea cubierto monetariamente por el mismo ente. Para el caso de DEW se negociará el pago del seguro por parte de los proveedores teniendo en cuenta que ese seguro es internacional y es exigible según el tipo de incoterm a trazar.

5.7. Patentes, marcas y otros tipos de registros

Protección legal

- Nombre de la empresa:

DEW planea proteger su nombre comercial como S.A.S constituida, El nombre comercial de la empresa quedara de la siguiente manera: DEW Distribución y Comercialización S.A.S (\$ 840.000) Con la Superintendencia de industria y comercio.

- Marca:

DEW desea crear un proceso de recordación de su marca en el mercado y por la mismo protegerá su marca en la búsqueda de que a futuro esa sea una marca símbolo de responsabilidad y eficiencia.

6. Financiero

6.1. Sistema de cobros y pagos

Tabla 15 Comportamiento CxP y CxC

COMPORTAMIENTO DE CARTERA Y PAGO A PROVEEDORES		
TIEMPO	CARTERA	PROVEEDORES
CONTADO		
30 DIAS	100%	
60 DIAS		100,00%
90 DIAS		
120 DIAS		
150 DIAS		

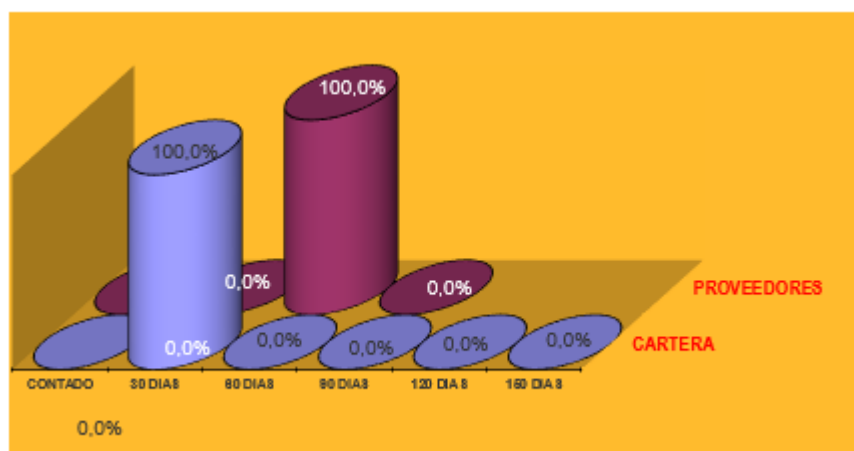


Ilustración 38 Grafica CxC y CxP

Como se observa en la grafica anterior el cobro a clientes se manejarà a 30 dias y el pago a proveedores serà a 60 dias para asegurar la solvencia de la empresa, el pago a proveedores comienza a contabilizarse desde el momento que la mercancia llega al puerto colombiano y no desde el momento de la compra. El cobro a los clientes se realizará directo al establecimiento del cliente y el dinero se recogerà en físico, esto para beneficio del cliente, pues como se notò en la encuesta realizada el 100% de las empresas encuestadas prefieren pagar en efectivo, adicional a esto como los proveedores se encuentran en el extranjero, el pago a ellos les serà realizado por medio de una transaccion bancaria, para asegurar el precio de la mercancia se hará uso del instrumento financiero forward y la prima se pagarà con el colchon financiero del 30% de la importacion.

6.2. Resumen de los datos financieros más relevantes

Inversión y Financiación.

Tabla 16 Resumen de Inversión y Financiación.

RESUMEN DE INVERSION Y FINANCIACION

	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		NO REEMBOL SABLES Y DONACIONES		TOTAL		
ACTIVOS FIJOS	\$	12.400.000	100%	\$	-		\$	12.400.000	31%
CAPITAL DE TRABAJO	\$	-		\$	28.000.000	100%	\$	28.000.000	69%
Total general	\$	12.400.000		-	\$	28.000.000		40.400.000	
DISTRIBUCION INVERSION		30,69%				69,31%			

Tabla 17 Relación de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS				
Periodo de inversión:	Inicio del proyecto		OTRAS FUENTES	TOTAL
	APORTES	CRÉDITO		
TERRENOS				
EDIFICIOS				
MAQUINAS				
EQUIPOS	800.000			800.000
VEHICULOS				
MUEBLES Y ENSERES				
HERRAMIENTAS	10.200.000			10.200.000
COMPUTAD. PRODUC.				
COMPUTAD. ADMON.	1.400.000			1.400.000
CAPITAL DE TRABAJO			28.000.000	28.000.000
TOTAL	12.400.000		28.000.000	40.400.000

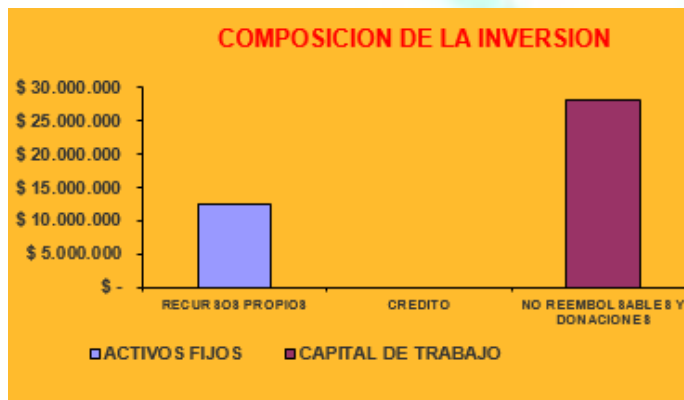


Ilustración 39 Grafica de componentes de la Inversión.

La inversión con la que inicia la empresa como se muestra en la gráfica es de \$ 40.000.000 de pesos de los cuales el 30.69% es representado por el capital propio de la empresa, el otro 69.31% se obtendrá con los fondos de emprendimiento que apoyen a la inversión. El dinero será destinado a los equipos, herramientas y computador administrativo de la empresa, junto a esto \$ 28.000.000 de pesos serán el capital de trabajo de la empresa dinero obtenido del fondeo de emprendimiento.

Ventas.

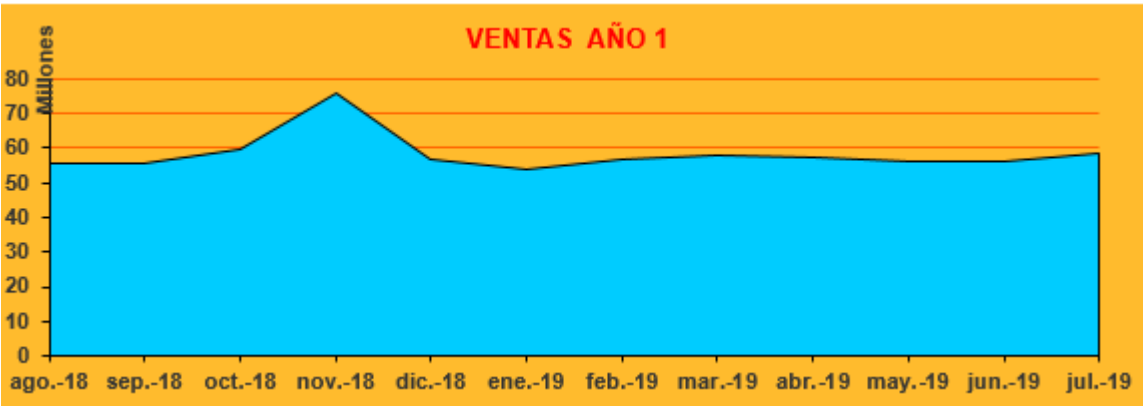


Ilustración 40 Ventas Primer Año

Tabla 18 Detalle de Ventas mensuales primer año.

VENTAS AÑO 1		
PERIODO	\$	%
ago/2018	55.740.000	7,95%
sep/2018	55.740.000	7,95%
oct/2018	59.740.000	8,52%
nov/2018	75.608.000	10,79%
dic/2018	57.052.000	8,14%
ene/2019	53.801.000	7,68%
feb/2019	56.870.000	8,11%
mar/2019	58.200.000	8,30%
abr/2019	57.330.000	8,18%
may/2019	56.210.000	8,02%
jun/2019	56.240.000	8,03%
jul/2019	58.270.000	8,31%

Las ventas para el año 1 se mantendrán constantes entre meses y presentarán un aumento para el mes de noviembre, mes en que los clientes suelen comprar una mayor cantidad de mercancía debido a que las empresas toman vacaciones compartidas en los meses de diciembre y enero. La empresa seguirá trabando para estos meses, los porcentajes se mantendrán aprovechando la oportunidad de que varios de los competidores no venderán repuestos electrodomésticos, DEW buscará para estos meses mantener sus rangos de venta.

Tabla 19 Ventas proyectadas por año.

VENTAS PROYECTADAS AÑOS 2 Y 3			
PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	700.801.000	58.400.083	
AÑO 2	735.681.000	61.306.750	4,98%
AÑO 3	813.839.000	67.819.917	10,62%

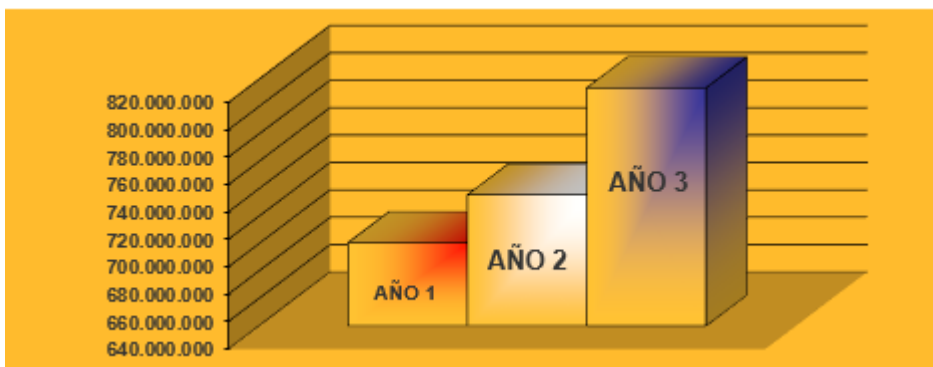


Ilustración 41 Grafica de ventas proyectadas anuales.

Para los años 2 y 3 la empresa crecerá 4.98% y 10.62% dando un promedio mensual en ventas de \$61.306.750 de pesos para el segundo año y \$67.819.917 para el tercer año, esto por motivo de la proyección y estudio de observación realizado por la empresa que permite inferir que cada año un promedio de 3 a 5 nuevos clientes decidirán hacer negocios con la empresa.

Estado de pérdidas y ganancias.

Tabla 20 Estado de Perdidas y Ganacias Mes a Mes.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL (PRIMER AÑO)					
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5
VENTAS	55.740.000	55.740.000	59.740.000	75.608.000	57.052.000
- COSTO DE VENTAS	52.446.622	52.446.622	55.246.622	64.153.622	53.262.622
UTILIDAD BRUTA	3.293.378	3.293.378	4.493.378	11.454.378	3.789.378
- GASTOS ADMON.	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333
- GASTOS DE VENTAS	111.480	111.480	119.480	151.216	114.104
UTILIDAD OPERACIONAL	-1.436	-1.436	1.190.564	8.119.828	491.940
- OTROS EGRESOS					
- PREOPERATIVOS	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405
UTILIDAD A. DE IMP.	\$ -328.841	\$ -328.841	\$ 863.159	\$ 7.792.423	\$ 164.535

MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
53.801.000	56.870.000	58.200.000	57.330.000	56.210.000	56.240.000	58.270.000
51.024.622	53.177.622	53.936.622	53.239.622	52.727.622	52.812.622	53.962.622
2.776.378	3.692.378	4.263.378	4.090.378	3.482.378	3.427.378	4.307.378
3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333
107.602	113.740	116.400	114.660	112.420	112.480	116.540
-514.558	395.304	963.644	792.384	186.624	131.564	1.007.504
327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405
\$ -841.963	\$ 67.899	\$ 636.239	\$ 464.979	\$ -140.781	\$ -195.841	\$ 680.099

El estado de pérdidas y ganancias muestra que la empresa tendrá pérdidas para los dos meses de apertura y perdidas en Enero, Mayo y Junio aunque la empresa presenta perdidas en un total de 5 meses estas pérdidas son asumibles ya que en los meses que se generan ganancias estas sobrepasan a las perdidas, en especial el mes de noviembre donde ya se ha especificado aumentan considerablemente las ventas. En general las ventas totales de la empresa serán superiores a los costos y gastos totales dando al final del año un saldo positivo de 0.11% rentabilidad mensual sobre las ventas.

Estado de resultados.

Tabla 21 Estado de Resultados Proyecto Anual.

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VENTAS	700.801.000	735.681.000	813.839.000
INV. INICIAL			
+ COMPRAS	406.198.000	426.192.000	472.467.000
- INVENTARIO FINAL			
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	406.198.000	426.192.000	472.467.000
+ MANO DE OBRA FIJA			
+ MANO DE OBRA VARIABLE			
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	231.412.800	231.412.800	231.412.800
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	10.826.667	10.826.667	10.826.667
TOTAL COSTO DE VENTAS	648.437.467	668.431.467	714.706.467
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	52.363.533	67.249.533	99.132.533
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.200.000	38.200.000	38.200.000
GASTOS DE VENTAS	1.401.602	1.471.362	1.627.678
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	12.761.931	27.578.171	59.304.855
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS			
- GASTOS PREOPERATIVOS	3.928.860		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	8.833.071	27.578.171	59.304.855
IMPUESTOS	3.003.244	9.100.797	19.570.602
UTILIDAD NETA	\$ 5.829.827	\$ 18.477.375	\$ 39.734.253

Como se observa en la imagen la empresa tendrá unas ventas para el primer año de \$700.801.000 de pesos, en el estado de resultados se ve representado el hecho de que la empresa no tiene mano de obra para la realización del producto debido a que su actividad es comercial. La utilidad obtenida para el primer año es de \$5.829.827 que representan el 0.83% del total de las ventas.

Para el segundo año las ventas serán de \$735.681.000 de pesos dejando una utilidad neta de \$18.477.375 de pesos, se resalta el aumento en el costo del inventario utilizado ya que una mayor venta significa una mayor compra de mercancía a proveedores, mientras los demás costos de importación y administrativos se mantienen constantes para el siguiente año, la utilidad obtenida es de 2.51% del total de las ventas del segundo año.

En el tercer año se venderá un total de \$813.839.000 de pesos que en relación con la venta total del segundo año da un aumento en ventas del 10,62%, la utilidad neta es de \$39.734.253 de pesos que representa un 4.88% del total de las ventas.

Punto de Equilibrio.

Tabla 22 Detalle de Punto de Equilibrio por unidades y en ventas

PUNTO DE EQUILIBRIO		VENTAS TOTALES ANUALES:			\$ 670.297.823
PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES	
Diafragma remachado de licuadora	116.689.808	5.834	9.724.151	486,21	
Empaque de vaso	1.024.383	11.382	85.365	948,50	
Porta vaso	49.047.978	6.131	4.087.332	510,92	
Vaso de licuadora	79.540.364	3.615	6.628.364	301,29	
fusible para olla presion	23.452.739	5.863	1.954.395	488,60	
buje	19.014.700	4.754	1.584.558	396,14	
Bobina	102.103.582	2.917	8.508.632	243,10	
Inducido	110.491.858	2.908	9.207.655	242,31	
Rodamientos	33.400.066	3.711	2.783.339	309,26	
Tapa de licuadora	31.372.342	6.274	2.614.362	522,87	
Magnetron	80.726.392	2.018	6.727.199	168,18	
Fusible ceramico	23.433.609	4.687	1.952.801	390,56	
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 670.297.823	VENTAS MENSUALES	\$ 55.858.152		

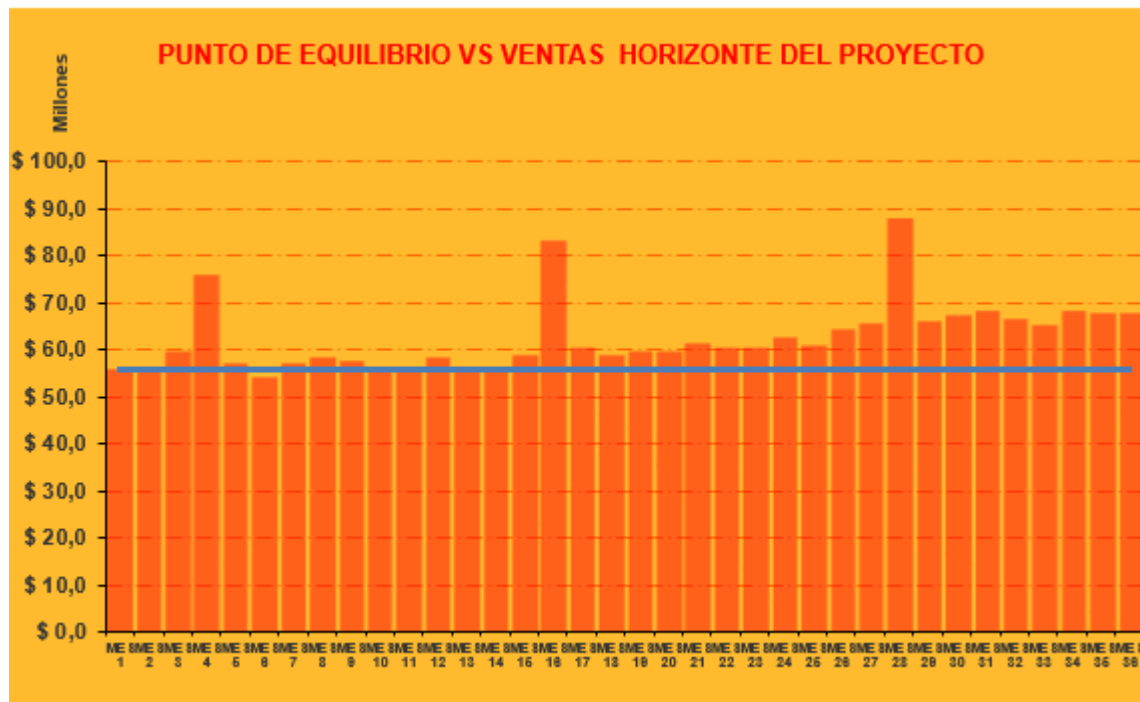


Ilustración 42 Punto de Equilibrio VS. Ventas Proyectadas.

Para que la empresa logre cubrir sus costos y gastos, necesita vender un total de \$670.297.823 de pesos en un año, que mensualmente da un valor de \$55.858.152 de pesos. Si se coloca este valor en el horizonte de ventas que se plantea, la empresa para el primer año logra cubrir estas ventas excepto por los meses 1, 2, 6, 10 y 11 donde tiene un mínimo de ventas quedando debajo del punto de equilibrio, sin embargo la pérdida de ganancias es mínima sin contar con el mes 6 ya que este al ser el mes de enero es cuando los clientes suelen hacer un menor pedido de mercancía.

Los demás meses en la gráfica muestran que la empresa cumple con el valor mínimo de venta necesario para que no entre en pérdidas. Se añade el hecho que la gráfica refleja: para los años dos y tres si se cumple en todos los meses con el valor mínimo de ventas necesario.

Flujo de fondos.

Tabla 23 Flujo de Fondos.

FLUJO DE FONDOS ANUAL				
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INGRESOS OPERATIVOS				
VENTAS DE CONTADO	0	0	0	
VENTAS A 30 DIAS	642.531.000	732.774.880	807.296.994	
VENTAS A 60 DIAS	0	0	0	
VENTAS A 90 DIAS	0	0	0	
VENTAS A 120 DIAS	0	0	0	
VENTAS A 150 DIAS	0	0	0	
TOTAL INGRESOS OPERATIVO:	642.531.000	732.774.880	807.296.994	
EGRESOS OPERATIVOS				
MATERIA PRIMA	339.796.000	422.929.232	464.969.979	
GASTOS DE VENTA	1.401.602	1.471.362	1.627.678	
MANO DE OBRA VARIABLE	0	0	0	
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA	0	0	0	
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	231.412.800	231.412.800	231.412.800	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.200.000	38.200.000	38.200.000	
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	610.810.402	694.013.394	736.210.457	
FLUJO NETO OPERATIVO	31.720.598	38.761.485	71.086.537	
INGRESOS NO OPERATIVOS				
APORTES				
ACTIVOS FIJOS	12.400.000	0	0	
CAPITAL DE TRABAJO	28.000.000	0	0	
FINANCIACION				
ACTIVOS FIJOS	0	0	0	
CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0	
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	40.400.000	0	0	
EGRESOS NO OPERATIVOS				
GASTOS PREOPERATIVOS	3.928.860			
AMORTIZACIONES	0	0	0	
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	
IMPUESTOS	0	3.003.244	9.100.797	
ACTIVOS DIFERIDOS	0			
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	12.400.000	0	0	
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 16.328.860	\$ 3.003.244	\$ 9.100.797	
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 24.071.140	\$ -3.003.244	\$ -9.100.797	
FLUJO NETO	\$ 55.791.738	\$ 35.758.241	\$ 61.985.740	
+ SALDO INICIAL	\$ 24.071.140	\$ 55.791.738	\$ 91.549.979	
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 55.791.738	\$ 91.549.979	\$ 153.535.720	

En el primer año el menor saldo de la compañía será por valor de \$1.491.927 de pesos presentado en el mes, siendo un mes con saldo positivo demuestra la viabilidad del proyecto. El proyecto posee una inversión \$ 40.400.000 de pesos que dejara un flujo de efectivo de \$ 55.791.738 de pesos, \$35.758.241 de pesos y \$61.985.740 de pesos que reflejan que el menor flujo de efectivo se presentara en el año 2 aunque este obtenga una utilidad neta mayor a la del año 1.

Periodo de recuperación.

Como se observa en la tabla del estado de resultados proyectado anual, las utilidades obtenidas en los tres años proyectados son de \$5.829.827, \$18.477.375 y \$ 39.734.253 de pesos que deja un total de utilidad de \$64.041.455 de pesos, frente a la inversión inicial de \$40.400.000 esto demuestra

que la empresa recuperará su inversión inicial en el tercer año de funcionamiento y tendrá una utilidad propia de \$23.641.455 descontada la inversión inicial.

Valor presente neto.

La tasa interés con la cual decidió trabajar la empresa es del 15% anual para un escenario pesimista, el valor del cálculo arrojó \$75.909.533 de pesos lo que no indica que el proyecto arroja \$76 millones de pesos adicionales al invertir el dinero en este proyecto en vez de en uno que rente el 15% por tanto el proyecto es viable.

Tasa Interna de retorno (TIR)

La TIR para el proyecto es de 113.31% anual la cual es una rentabilidad muy grande para un proyecto pero hay que saber que como se mostró en el estado de pérdidas y ganancias, las ganancias sobre las ventas no son grandes y tampoco representativas, la obtención de una TIR tan alta es por la inversión inicial tan baja en comparación con la cantidad total monetaria en ventas, aunque las utilidades finales sean bajas. De igual manera se debe entender que el 69.31% de la inversión inicial de la empresa se obtiene de un fondo de emprendimiento lo que evita que ese monto sea reembolsable es decir que la empresa ya empieza con una TIR positiva antes de comenzar su actividad comercial.

Balance General.

Tabla 24 Balance general Proyectado.

BALANCE GENERAL PROYECTADO				
ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	24.071.140	55.791.738	91.549.979	153.535.720
CUENTAS POR COBRAR		58.270.000	61.176.120	67.718.126
INVENTARIOS				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	24.071.140	114.061.738	152.726.099	221.253.846
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	12.400.000	12.400.000	12.400.000	12.400.000
DEPRECIACION		10.826.667	21.653.333	32.480.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	12.400.000	1.573.333	-9.253.333	-20.080.000
OTROS ACTIVOS	3.928.860			
TOTAL ACTIVOS	40.400.000	115.635.071	143.472.766	201.173.846
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR		66.402.000	69.664.768	77.161.789
PRESTAMOS				
IMPUESTOS POR PAGAR		3.003.244	9.100.797	19.570.602
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO		69.405.244	78.765.564	96.732.391
PATRIMONIO				
CAPITAL	40.400.000	40.400.000	40.400.000	40.400.000
UTILIDADES RETENIDAS			5.829.827	24.307.202
UTILIDADES DEL EJERCICIO		5.829.827	18.477.375	39.734.253
TOTAL PATRIMONIO	40.400.000	46.229.827	64.707.202	104.441.455
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	40.400.000	115.635.071	143.472.766	201.173.846

- Razón de Liquidez: Del balance general se puede determinar que por cada peso del pasivo corriente que debe, la empresa tiene \$1.64 pesos para cubrir la deuda. Aunque no es un indicador de liquidez óptimo demuestra que la empresa tiene la solvencia económica para cubrir sus deudas a corto plazo, sin embargo la corriente para los años siguientes de \$1.94 y \$2.29 demostrando que la empresa mejorará su razón corriente con el paso de los años.
- Nivel de Endeudamiento: Del balance general se puede determinar que la empresa tendrá un nivel de endeudamiento de 60.02% un nivel apenas manejable pero al igual que la razón de liquidez el indicador mejorará, en este caso disminuirá a porcentajes de 54.90% y 48.80% aumentando la capacidad de endeudamiento de la empresa.

7. Valoración

7.1. Análisis de puntos fuertes y débiles

Tabla 25 Análisis FODA

<p>Oportunidades.</p> <ul style="list-style-type: none">• Líneas de mercado olvidadas o nuevas.• Contexto económico favorable frente a la entrada de la empresa al sector de repuestos de hogar.	<p>Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none">• El sector se encuentra en una etapa madura.• Crecimiento tardío.• Productos de mayor valor respecto a productos sustitutos.
<p>Fortalezas.</p> <ul style="list-style-type: none">• Conocimiento en el sector.• Experiencia en el sector.• Clientes potenciales.• Rotación de activos óptimo.• La no dependencia de la ubicación.• Objetivos claros.• Políticas de calidad definidas.• Proveedor “madre”.	<p>Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none">• Equipo de trabajo pequeño.• La difícil identificación de la competencia.• Carga laboral sobre una persona.

A continuación se encuentra cada uno de los puntos tratados en el DOFA debidamente explicados y fundamentados.

Aspectos generales de la actividad.

Amenazas:

- El sector en contexto se encuentra en una etapa madura, esto obedeciendo a la rápida rotación de las nuevas tecnologías y el efecto consumista presente en los hogares frente a su aparatos eléctricos de uso diario, el sector ha mutado en la búsqueda de sobrevivir a este efecto de cambio continuo adaptándose a las nuevas tecnologías y ofreciendo insumos para electrodomésticos que den un beneficio real, abordando la obligación de que los insumos deben generar algún tipo de remuneración para las empresas que los venden, dando como resultado la venta de productos con un inventario de rotación rápido o productos vitales para el funcionamiento de un electrodoméstico.

- Es un mercado de crecimiento tardío donde los proveedores ya están establecidos y la mayoría de las necesidades ya están satisfechas por ende introducirse al mercado representa una apuesta arriesgada que DEW decide enfrentar con la ayuda se mercado dinámico y motivado en su gran mayoría por satisfacer a las empresas con repuestos de electrodomésticos que no puedan conseguir dentro del país.

- El manejar productos de bajo acceso en Colombia implica que nadie los trabaja y por tanto la gente que los solicita es menor, debido a esto algunos de los repuestos que la empresa piensa traer valdrán más respectos a sus productos sustitutos haciendo referencia a que puede ser más económico un repuestos de buje para una licuadora oster que el mismo repuestos para una licuadora Hamilton, esto como un ejemplo sobre productos sustitutos.

Oportunidades:

- Como se explicaba en las amenazas el sector de los repuestos de hogar se encuentra en una etapa madura pero esto no es solo una amenaza ya que al ser un sector maduro las empresas que ya están consolidadas en la comercialización de estos productos optan por cancelar ciertas líneas de productos que no eran beneficiosas para ellos, DEW ve en estas líneas de mercado la posibilidad de ingresar como la empresa que va a distribuir estas líneas olvidas.

- La empresa tiene la oportunidad de conseguir financiación con entidades como: Innpulsa, Fondo emprender del SENA, Fundación Bavaria y fundación Bolívar Davivienda.

- El actual contexto económico para la empresa es favorable pues no se planea entrar a pelear o competir con las empresas que ya tienen cierto recorrido en la industria de los repuestos, los objetivos que busca lograr DEW es aumentar la gama de productos a los que puede acceder las empresas ferreteras dedicadas a la reparación y comercialización de repuestos de hogar, dando a los clientes una mayor capacidad de adquirir los insumos que necesita.

Debilidades y fortalezas del equipo Emprendedor

Debilidades:

- El equipo de trabajo con el que contará la empresa al iniciar sus actividades es muy pequeño por lo que el único socio y dueño de la empresa tendrá que acarrear con varias labores, a su vez por el mismo contexto es que la empresa decide realizar solo una importación por mes, sin embargo esto no asegura que la carga laboral quede bien distribuida.

Fortalezas:

- La persona que desarrolló la empresa cuenta con conocimientos sobre el funcionamiento del sector de reparación de electrodomésticos, comportamiento del cliente y del consumidor, lo que hace más factible que él pueda abordar las necesidades del sector.

- Wilmer Yesid Cepeda Figueredo ha realizado durante los últimos 3 años trabajos relacionados con el sector de los electrodomésticos lo cual le asegura una experiencia en el sector, adicional cuenta con el respaldo de su familia la cual labora en el sector desde hace más de 20 años otorgándole sus conocimientos de llegar a ser necesario.

Debilidades y fortalezas en el área de mercadeo.

Debilidades:

- El desconocimiento de la competencia dificulta el establecer estrategias para competir en el sector, pues aunque es fácil reconocer las marcas de electrodomésticos con sucursal en Colombia, la mayoría de las empresas que distribuyen repuestos de hogar son pequeñas, sin páginas en internet y sin una certificación real de importador haciendo más difícil identificarlas, así mismo existen los proveedores esporádicos, personas que consiguen contenedores a bajo precio sobre diversos productos y los venden en el sector.

Fortalezas:

- La empresa ya cuenta con un total de 4 clientes fijos, de los cuales 3 tienen 2 establecimientos con requerimiento de los productos que ofrece la empresa y han demostrado el querer trabajar con DEW, adicional a esto hay negocios potenciales con los cuales la empresa puede trabajar que están representados en aquellas ferreterías que requieren de suministros de la marca Hamilton Beach.

- Las políticas de la empresa permiten tener una rotación de cartera óptima y la utilización de los excedentes del flujo de caja hasta por 10 días.

- Es un negocio que no depende de su ubicación, pese a contar con una oficina no requiere de la misma para que los clientes realicen negocios con la empresa, ya que es DEW la que se dirige a los clientes personalmente.

Debilidades y fortalezas del área de organización, gestión y calidad.

Debilidades:

- La carga laboral que recae en una sola persona al iniciar la actividad ya que el contador no se considera parte clave del funcionamiento de la empresa a nivel estructural. Al recaer la mayoría de las labores sobre una persona hace que la gestión del proceso deba ser ajustada constantemente.

Fortalezas:

- Las políticas frente al control de calidad ya están definidas y son claras frente a la necesidad de la empresa de estar renovando su gama de productos.
- La empresa cuenta con su principal proveedor que es la empresa Rosan ubicada en México y que se dedica a la fabricación de repuestos electrodomésticos de gran calidad y de varias marcas, entre la cuales destacan: Black and Decker, Hamilton Beach y Oster como las más importantes.
- Los objetivos de la empresa son claro, precisos y se han desarrollado a los largo del plan de empresa.

Debilidades

- El primer año de operaciones de la empresa representa un gran desgaste de mano de obra y recursos en comparación con la utilidad neta obtenida al finalizar el año.
- Para que la empresa empiece a funcionar requiere de una entidad que la subsidie con capital al inicio de su actividad.
- Al ser realizados todos los pagos en efectivo supone un gasto de recursos al tener todos los meses que enviar una persona a consignar esos dineros al banco, adicionalmente existe un riesgo de que el dinero sea falso.
- Estar atados a los cambios fluctuantes del dólar ya que la negociación es en el exterior, el cambio en los precios de los productos puede fluctuar entre dos monedas consecutivamente.

Fortalezas.

- El poder pagar las facturas a 60 días genera una solvencia económica efectiva para la empresa, lo que le permite brindar a sus clientes un tiempo de gracia para el pago de facturas y la oportunidad de reinvertir ese dinero en un corto periodo de tiempo antes de pagar las facturas.

- DEW cuenta con tasa de retorno positiva gracias al hecho de que gran capital de trabajo de la empresa ingresa por beneficio de fundaciones de emprendimiento lo que le asegura a la empresa un recurso no reembolsable.

Estrategia de desarrollo del proyecto

Prevenir las amenazas.

- El sector en etapa madura: para que este tema no influya de gran manera en la empresa se busca hacer negocios directos con las empresas ofreciendo productos exclusivos, pues si bien el sector está en una etapa madura eso no evita que se renueve y requiera de nuevos materiales.

- Proveedores establecidos: para romper la barrera de la costumbre es necesario que le empresa ingrese por medio de la recomendación del mismo sector, por esto DEW comienza negocios con unas empresa ya establecidas, pues estas se encargaran de difundir el tipo de servicio que ofrece la empresa, así podrá hacer cara a los competidores establecidos por medio de servicios poco conocidos como la venta de repuestos de difícil acceso y principalmente la recomendación del sector.

- Trabajar con productos poco habituales o no comerciales: como se ha hablado antes, la empresa busca reducir este problema reuniendo el pedido de varias empresas para que al importar estos productos sea financieramente aceptable, en caso de no lograr un pedido óptimo se hará uso del recurso de las “sorpresas” que no será más que una forma de fidelizar al cliente y reunir el número necesario de mercancía para traer los repuestos al país.

Incentivar las oportunidades.

- Fundaciones de emprendimiento: la mejor forma de lograr esta oportunidad es por medio del presente trabajo ya que un plan de empresa es la tarjeta de presentación de DEW frente a estas fundaciones.
- Líneas olvidadas o nuevas: DEW busca renovarse según la necesidad del cliente y por eso mismo las líneas de productos de la empresa se renuevan según el pedido de los clientes, es decir que cada mes dentro de las marcas que planea manejar la empresa, se dará la oportunidad a los clientes que soliciten los repuestos que necesiten y apoyados en las “sorpresas” se logre traer esos insumos a Colombia.

Disminuir las debilidades:

Equipo Emprendedor:

- Carga laboral en una persona: Como no se puede contar con mayor personal para realizar las actividades se hace un cronograma de actividades estructurado de tal manera que la carga laboral pueda ser distribuida a lo largo del mes, para que la persona se enfoque en la función de ese momento y no por la comercialización de mercancía completa.

Área de Mercadeo

- Desconocimiento de la competencia: Aunque no se pueda reconocer de manera concreta la competencia, una vez inicie la empresa, se implementará la encuesta de satisfacción donde se le da la oportunidad al cliente de hacer una comparativa entre sus proveedores y DEW, así identificando comportamientos y tendencias de la competencia para estructurar un plan de penetración del mercado más sólido.

Área financiera

- **Baja utilidad neta el primer año:** Se recalca el hecho de que la empresa desarrolla su plan de empresa en un escenario pesimista, lo cual enfoca la utilidad neta del primer año como lo mínimo que puede ganar DEW en un año de actividades. El dinero de la utilidad servirá de base para aumentar el capital de la empresa, ya que el emprendedor decide otorgarse un salario y no ganar un porcentaje sobre las utilidades, es decir que las utilidades obtenidas son acumuladas y repartidas para el crecimiento de DEW.
- **Subsidio del fondo de emprendimiento:** Aunque es el enfoque principal de la empresa, contar con un subsidio no reembolsable del fondo emprender no es la única manera de conseguir el capital. La empresa también tiene como opción el solicitar el dinero a créditos, con ángeles inversionistas otorgando un número de acciones a los mismos o por préstamos familiares, se recalca el hecho de que el fondo emprender es la primera opción.
- **Riesgo presente el en dinero en efectivo:** Para evitar el riesgo de dinero falso en la entrega, se capacitara en el reconocimiento de billetes a el personal que se encargue de recaudar el dinero.
- **La tasa de Cambio:** En un mercado global uno no puede saber en qué momento se apreciará o depreciará la moneda local frente a las extranjeras por lo cual DEW maneja un porcentaje de “falla” sobre el valor de la importación, este es de 30% y se busca minimizar cualquier riesgo con el porcentaje presente en este dinero. Adicional se plantea la posibilidad de que cada importación realizada por la empresa está cubierta por un forward, en caso de realizar este cubrimiento el dinero de prima del cubrimiento será cubierto por este 30%.

Complemento de fortalezas.

Equipo Emprendedor.

- Experiencia y conocimiento en el sector: Con ayuda de la encuesta DEW busca conocer sus puntos fuertes y débiles, necesidades de sus clientes y comportamientos de la competencia porque entiende que el mercado es un ambiente cambiante y necesita de seguir estudiándolo para mantenerse vigente.

Área de mercadeo

- 4 clientes confirmados: aprovechando a los 4 clientes que desean hacer negocios con la empresa podemos ofrecer beneficios a ellos para que recomienden la empresa a sus allegados del sector, estos beneficios no irían más allá de recibir la mercancía antes que los demás y recibir “sorpresas” a un menor costo. Al dar estos incentivos hacemos que los clientes se sientan bien con la empresa y colaboren para el crecimiento de la misma.
- Rotación de cartera óptima: para aprovechar el tiempo que la empresa puede tener el dinero de los repuestos, debe buscar una forma segura y rápida de invertir estos dineros para ganar una oportunidad liquida mayor.
- Negociación directa: El punto más atractivo de la empresa es que se dirige a sus clientes de manera directa para realizar la negociación, donde se conocen y crean un vínculo comercial, para mantener este ambiente cuando la empresa crezca y haya mayor personal de ventas, la persona que vende será la misma que cobrará y realizará la encuesta para mantener ese vínculo.

Área de organización, gestión y calidad.

- Políticas de calidad definidas: las políticas de calidad se verificarán y mejorarán cada 6 meses con el fin de que estas se mantengan acordes a la empresa, junto a esto se estudiará la posibilidad de que la empresa tenga normas de calidad tipo ISO.
- Proveedor principal: se realizará un contrato de permanencia con el proveedor para asegurar el acceso a la mercancía y ofrecer un beneficio a los clientes.

Área financiera.

- Solvencia Económica: la empresa puede desarrollar préstamos con bancos, aunque estos no se requieren demuestran la solvencia de la empresa.
- TIR positiva: Esa una de las bases que tiene la empresa para conseguir el apoyo de una fundación del emprendimiento.



Referencias

Almacenes Alkosto. (2017). *Alkosto*. Obtenido de <http://www.alkosto.com/computadores-y-tablets/impresion/impresoras>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). *CCB*. Obtenido de <http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil/Inscriba-su-empresa-libros-actas-y-documentos/Acerca-de-la-inscripcion-de-actas-libros-y-documentos>

Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España . (2017). *Cámaras*. Obtenido de <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/documentos-importacion-exportacion/-/documentos-importacion-exportacion/7d85f9ba-efb1-4158-8fe6-d507ea526e39>

Congreso de la República de Colombia. (11 de Octubre de 2002). *Legis*. Obtenido de <http://legal.legis.com.co/document?obra=legcol&bookmark=bf19b89f217f9f04c6882009cfe06707d10nf9>

Congreso de la República de Colombia. (5 de Diciembre de 2008). *Supersociedades*. Obtenido de <http://www.supersociedades.gov.co/Web/Leyes/LEY%201258%20DE%202008%20SAS1.htm>

Congreso de la República de Colombia. (2012). *Imprenta Nacional*. Obtenido de http://www.imprenta.gov.co/gacetap/gaceta.mostrar_documento?p_tipo=05&p_numero=135&p_consec=34383

Congreso de la República de Colombia. (11 de Julio de 2012). *Presidencia de la República*. Obtenido de <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley156211072012.pdf>

Congreso de la República de Colombia. (2016). *MinSalud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/Normativa/Paginas/decreto-unico-minsalud-780-de-2016.aspx>

Congreso de la República de Colombia. (29 de Abril de 2016). *Presidencia de la República*. Obtenido de <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20713%20DEL%2029%20DE%20ABRIL%20DE%202016.pdf>

COWO. (2017). *Cowo*. Obtenido de <http://www.cowo.com.co/?gclid=Cj0KEQjwqtjGBRD8yfi9h42H9YUBEiQAmki5On8Ewt6cDDH6ZSziVGysD6T6o9MsYjRaj4R8PykQx94aAm4b8P8HAQ>

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2016). *DIAN*. Obtenido de http://www.dian.gov.co/descargas/centrales/2017/Abece_Reforma_Tributaria_2016.pdf

Invierta en Colombia. (2017). *Invierta en Colombia*. Obtenido de http://www.inviertaencolombia.com.co/images/R%C3%A9gimen_Tributario_colombiano.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2017). *Mincomercio, Industria Y Turismo*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones/16268/como_importar_a_colombia

Ministerio de Salud y Protección Social. (2017). *MinSalud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/Sistema-general-de-Pensiones.aspx>

Montes, M. (30 de Agosto de 2015). *Colconectada*. Obtenido de <http://www.colconectada.com/regimen-de-ahorro-individual-con-solidaridad/>

Procolombia. (2017). *Procolombia*. Obtenido de <http://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir/impuestos.html>

Registro Único Empresarial y Social de Cámaras de Comercio. (2017). *RUES*. Obtenido de http://www.rues.org.co/RUES_Web/Consultas

Apéndices.

Apéndice cotización Bodexcargo Importación.

Tabla 26 Cotización Bodexcargo Importación.

COTIZACION	IMPORTACION	
PUERTO ORIGEN	MANZANILLO, MEXICO	
PUERTO DESTINO	BUENAVENTURA, COLOMBIA	
FLETE 40"	610 USD	
BUC	290 USD	
LSF	0 USD	
CSF	13 USD	
MTD	50 USD	
SMD	35 USD	
DETALLE PAGO A TERCEROS		
LIBERACION BL	180 USD	
CERTIFICACION DE FLETES	30 USD	
IMPUESTO ADUANA IVA	VALOR SUJETO AL VALOR DE LA MERCANCIA	
IMPUESTO ADUANA ARANCEL	VALOR SUJETO AL VALOR DE LA MERCANCIA	
PRECINTOS	10 USD	
PRE INSPECCION MERCANCIA	300 USD	
LIMPIEZA DE CONTENEDORES	50 USD	
DEPOSITO DE CONTENEDOR	1000 USD (VALOR SUJETO A CAMBIOS)	
ALMACENAJE	1200 USD (VALOR SUJETO A CAMBIOS)	50 - 120
GASTOS BANCARIOS	10 USD	
DETALLE INGRESOS PROPIOS		
TRANSPORTE LOCAL DE MERCANCIAS	800 USD	
ASESORIA	400 USD	
PREINSPECCION	100 USD	
TOTAL APROXIMADO:	5078 USD	
TRM (Tasa de cambio según DIAN)	2921,25	
Total en Pesos Colombianos.	\$ 14.834.108	
Porcentaje de ganancias esperado	30%	
	\$ 19.284.340	

CHARGE	DESCRIPTION
ACD	ARBITRARY CHARGE DESTINATION
ACO	ARBITRARY CHARGE ORIGIN
ADD	ADMINISTRATION FEE DESTINATION
ALD	ALAMEDA CORRIDOR CHARGE DEST
BCF	BOOKING CANCELLATION FEE
BUC	BUNKER CHARGE

CAD		CHASSIS ADDITIONAL DESTINATION
CAF		CAF SEAFREIGHT
CER		CERTIFICATES
CEX		CUSTOMS EXAMINATION DEST.
CGD		CONGESTION SURCHARGE DESTIN.
CGO		CONGESTION SURCHARGE ORIGIN
CLC		CLEANING CHARGES DESTINATION
CPM		CONTAINER PREMIUM
CSF		CARRIER SECURITY FEE
CUD		CHASSIS USAGE DESTINATION
DDF	FEE	DESTINATION DOCUMENTATION
DGP		DANGEROUS GOODS PREMIUM SEA
DLF		DESTINATION LANDFREIGHT
DMD		DEMURRAGE DESTINATION
DTD		CH CONT. DETENTION DESTINATION
EBS		EMERGENCY BUNKER SURCHARGE
EFS		EMERGENCY FUEL SURCHARGE
EIS		EQUIPMENT IMBALANCE SURCHARGE
EMF		EQUIPMENT MAINTENANCE FEE
FSD		FUEL SURCHARGE DEST. LAND
LFD		LIFT ON/LIFT OFF DESTINATION
LFO		LIFT ON/LIFT OFF ORIGIN
LSF	SEA	LOW SULPHUR FUEL SURCHARGE
LSI		LATE SHIPPG.INSTRUCT.SUBM.CHGE
MFD		MANIFEST FEE DESTINATION
MFO		MANIFEST FEE ORIGIN
MHD		MH CONT. DETENTION DESTINATION
MTD		DOCUMENT CHARGE
OAD		OVERWEIGHT ADDITIONAL ON DLF
OCD		OVERSTAY CHARGE AT DESTINATION
OLF		ORIGIN LANDFREIGHT
ONC	SEA(ONC)	HAULAGE BETWEEN PORTS
OOG		OUT OF GAUGE PREMIUM SEA
PCC		PANAMA CANAL CHARGE
POD		REPOSITIONING -DESTINATION-
POO		POSITIONING -ORIGIN-
RCD		REEFER CONN/ELECTRICITY DEST.
RCO		REEFER CONN/ELECTRICITY ORIG.
RES		REEFER PREMIUM SEA
RPT		RIVER PLATE TOLL

SCD	SEALING CHARGE AT DESTINATION
SEA	SEAFREIGHT
SEC	SEALING CHARGE AT ORIGIN
SEP	SPECIAL EQUIPMENT PREMIUM
SMC	SECURITY MANIFEST CORRECT.FEE
SMD	SECURITY MANIFEST DOCUMENT.FEE
STF	STUFFING CHARGE
TAD	TRANSPORT ADDITIONAL DEST.
TAO	TRANSPORT ADDITIONAL ORIGIN
THD	TERMINAL HANDLING CHARGE DEST.
THO	TERMINAL HANDLING CHARGE ORIG.
TSD	TERMINAL SECURITY CHARGE DEST.
TSO	TERMINAL SECURITY CHARGE ORIG.
WFD	WHARFAGE DESTINATION
WFO	WHARFAGE ORIGIN
WRS	WAR RISK SURCHARGE
XNG	ADMINISTRATION FEE DESTINATION
XNX	MTD AMENDMENT FEE
XNY	DOCUMENT CHARGE

Apéndice encuesta realizada.

ENCUESTA SOBRE LA COMERCIALIZACION DE REPUESTOS ELECTRODOMESTICOS

El propósito de esta encuesta es conocer e identificar las principales necesidades de las **PYMES** dedicadas a la comercialización y reparación de repuestos de hogar e insumos para Electrodomésticos.

Instrucciones: marca con un círculo (o) la respuesta que más se adapte a sus necesidades. Tener en cuenta que el círculo va en el número otorgado a cada respuesta.

Nombre de la empresa (si aplica): _____

Nombre del encuestado: _____

Nivel académico:

Estrato social: _____

Empírico	1		Primaria	3	Bachiller	5	Técnico	7
Tecnólogo	2		Profesional	4	Post-Grado	6	Doctorado	8

Barrio donde labora _____

1. ¿Por qué canal prefiere realizar la compra de repuestos electrodomésticos?

1. Por internet.
2. En la tienda.
3. Por teléfono.
4. Por catálogo.
5. Otro (Por favor especificar)._____

2. ¿Cuál es el método de transacción que más utiliza para pagar sus repuestos electrodomésticos?

1. Efectivo.
2. Tarjeta debito (Transacciones).
3. Tarjeta crédito o pago a cuotas.
4. Internet.
5. Otros (por favor especificar cuáles)._____

3. En promedio, ¿Cada cuánto compra repuestos electrodomésticos?

1. Semanal.
2. 15 días (dos semanas).
3. 30 días (1 mes).
4. 60 días (2 meses).
5. 90 días (3 meses).

4. ¿Cuánto dinero invierte (en pesos Colombianos) mensualmente en la compra de repuestos para electrodomésticos?

1. 0 a 1'000.000 COP.
2. 1'000.000 a 5'000.000 COP.
3. 5'000.001 a 10'000.000 COP.
4. 10'000.001 a 20'000.000 COP.
5. Más de 20'000.000 COP.

5. De 1 a 5, responder ¿Qué tan satisfecho está con sus actuales proveedores de repuestos de electrodomésticos? (donde 1 es INSATISFECHO y 5 es MUY SATISFECHO)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. De las siguientes marcas de productos electrodomésticos cuales estaría usted más interesado en comprar (Favor seleccionarlal con una X).

1 	2 	3 	4 	5 
6 	7 	8 	9 	10 
11 	12 	13 	14 	15 
16 				

7. De acuerdo a la anterior pregunta. ¿Le gustaría realizar negocios con una empresa que pueda distribuirle repuestos para electrodomésticos de las anteriores marcas?

1. Sí.
2. No.

8. De 1 a 5, calificar los siguientes parámetros (con una X). ¿Qué tiene usted en cuenta al momento de realizar la compra de repuestos electrodomésticos a su proveedor? (Tener en cuenta que 5 es lo más importante y 1 lo menos importante)

	1	2	3	4	5
Tiempos de entrega					
Servicio					
Presentación					
Precios					

lugar de entrega					
Garantías					
Empaque del producto					
Calidad del producto					

9. ¿Qué tiempos de entrega maneja usted con sus actuales proveedores de repuestos para electrodomésticos después de solicitar el producto que necesita?

1. 1 día.
2. 1 semana.
3. 1 mes.
4. 2 meses.
5. Más de 2 meses.

Para las siguientes preguntas marque una respuesta para cada pregunta.

Preguntas	Respuestas	
	SI	NO
10. ¿Le gustaría realizar negocios con una empresa que tenga la capacidad de traer los repuestos para electrodomésticos que usted requiera?	1	2
11. Si pudiera conseguir repuestos electrodomésticos exclusivos de difícil acceso a ellos, ¿le importaría pagar un precio más alto por el mismo?	1	2
12. ¿Le gustaría recibir un servicio, donde su proveedor se dirija a su empresa para negociar directamente con usted los productos que necesita?	1	2
13. ¿Le gustaría recibir un catálogo acerca de los repuestos electrodomésticos que distribuye la empresa a la cual le compra?	1	2

14. ¿Cuáles son los plazos que usted solicita para poder pagar los repuestos que le compro a su proveedor?

1. 30 días.
2. 60 días.
3. 90 días.

15. ¿Su proveedor se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá?, en caso de que no se encuentre dentro del país dirigirse a la respuesta 3.

1. Sí.
2. No.
3. No está ubicado en Colombia.

Apéndice investigación de mercados.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo ofrecer un servicio óptimo de intermediación para la venta y compra de repuestos para electrodomésticos entre la pyme nacional (Colombia) y las empresas multinacionales (Sin sede en Colombia)?

En la actualidad las empresas del área industrial de electrodomésticos se ven sometidas a la necesidad de encontrar partes de buena calidad para sus distribución o reparación de electrodomésticos sin embargo gran cantidad de estos productos que se comercializan en el país no tienen una cadena en venta de partes por separado de la misma dentro del terreno nacional, debido a esto las empresas del sector industrial les cuesta conseguir productos de buena calidad para la reparación y creación de electrodomésticos, esto debido a que la mayoría de ellos carece de la capacidad de conseguir repuestos originales y se ven en la necesidad de optar por repuestos genéricos de baja calidad o partes usadas recolectadas por recicladores.

DEW identificando esta necesidad desea servir como intermediario entre la pyme nacional y la empresa multinacional, creando una cadena de logística donde un tercero (DEW) reciba de manera personal la solicitud de las microempresas sobre aquellos productos que requiere para un buen funcionamiento en el sector, DEW realizará la solicitud de la mercancía en el extranjero contactando con las multinacionales y realizando una mercadotecnia a escala, elegirá los menores costes para posteriormente ingresar la mercancía a la Aduana nacional donde se distribuirá directamente a las compañías colombianas obteniendo un margen de ganancia por la distribución del producto.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la forma más eficiente de ofrecer un servicio óptimo de intermediación para la venta y compra de repuestos para electrodomésticos entre la pyme nacional (Colombia) y las empresas multinacionales (Sin sede en Colombia).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las necesidades del sector de electrodomésticos.
- Reconocer los puntos importantes en el servicio pre-venta de los electrodomésticos.
- Acceder a alianzas estratégicas con empresas Multinacionales encargadas de la creación de repuestos eléctricos.
- Formar una base de datos de las pymes que representan un mercado Objetivo para la Empresa.
- Crear una cadena logística de distribución.

LIMITANTES

Espacio: El trabajo se llevará a cabo específicamente en la ciudad de Bogotá, Colombia.

Tiempo: El trabajo se realizará en el transcurso del año 2016, para obtener datos claros y fiables.

Universo: la investigación comprenderá el sector industrial y comercial que se dedique a la venta y reparación de electrodomésticos, con empresas constituidas y no constituidas legalmente.

ALCANCE DE LA INVESTIGACION

La metodología a desarrollar para esta investigación será mixta, por medio del método mixto es decir que se aplicara en dos etapas; primero abra una cuantitativa donde se obtendrán todos los datos posibles para cuantificar la viabilidad de la idea de negocio así como hábitos de compra, cantidad de ferreterías dedicadas a la compra y reparación de electrodomésticos (teniendo en cuenta que la mayoría de estos establecimientos no

están legalmente constituidos y es difícil encontrar y recabar información sobre los mismo), como segunda instancia se optara por una encuesta de carácter mixto donde prevalecerá la parte cualitativa para conocer los intereses de los clientes al momento de realizar la compra de sus repuestos e insumos de electrodomésticos, sin embargo la encuesta estará compuesta únicamente por preguntas cerradas divididas entre preguntas múltiples y dicotómicas, esto para facilitar la tabulación de las respuestas.

PREPARACION

La investigación se apoyara en los datos que se puedan llegar a obtener sobre el sector de carácter general y se desarrollara a través de un cuestionario que se le realizará a las Pymes ubicadas en Bogotá con una incursión en las Ferreterías que tengas establecimiento en Chapinero, Venecia y la Zona industrial que se dediquen a la venta y reparación de repuestos e insumos electrodomésticos, los datos se obtendrán de manera física debido a que el sector hacia el cual se dirige la empresa principalmente se maneja bajo negociación física y la gran parte de los empresarios no tienen un manejo correcto de las nuevas tecnología de comunicación, sin embargo los datos obtenidos serán revisados y comparados electrónicamente.

MUESTRA Y RECOPIACIÓN DE DATOS

Marco de muestreo: Todas las empresas que realicen venta y reparación de productos electrodomésticos ubicado en Bogotá, en los barrios de Chapinero, ciudad bolívar (Venecia), Puente Aranda (zona industrial)

Se realizara un **Muestreo Bietapico**:

Nota: Se partirá del siguiente dato: “Por su parte, según el quinto censo de establecimientos comerciales Infocomercio, realizado en 2014 por la firma de consultoría Servinformación, en el país, por cada 5.415 colombianos hay una ferretería de barrio.” (Camilo Marin Villar, Metal Actual, 2015, pag 3)

1. Muestreo por conglomerados: La característica en común que compartirán los conglomerados de esta investigación es ser parte de un sitio demográfico específico, para este caso ser población residente de las localidades de: Chapinero, Ciudad Bolívar y Puente Aranda.

	Personas	Ferreterías
Chapinero	137.870	25
Cuidad Bolívar	687.923	127
Puente Aranda	258.414	48
TOTAL	1.084.207	200

Datos obtenidos de: Bogotá Ciudad de estadística, Boletín 23 Población y desarrollo Urbano, 2010
Alcaldía Mayor de Bogotá - DANE Proyecciones de población 2005-2015.

El número de ferreterías fue obtenido del número de personas por localidad y la división por el dato de referencia obtenido de Servinformacion.

2. Muestreo aleatorio Simple:

Datos:

Z: 1.96 con un margen de confianza de 95%

E: 0.03 mi margen de error permitido

P: 0.6 proporción estimada.

Q: 0.4

D at os	Val ore s
N	200
z	1,96

**Muestreo aleatorio
simple**

e	0,0 5
p	0,7
q	0,3

n	8
=	9
n	6
,	1
=	6
	4



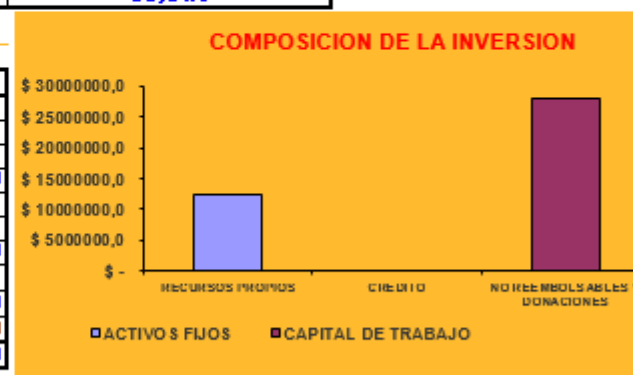
Apéndice plan Financiero.

		RESULTADOS DEL ANALISIS		CONTINUAR
PROYECTO:	PROYECTO:	DEW Distribucion y Comercializacion		
SOCIOS:	SOCIOS:	Wilmer Yesid Cepeda Figueredo / /		

RESUMEN DE INVERSION Y FINANCIACION

	RECURSOS PROPIOS		CREDITO		NO REEMBOLSABLES Y DONACIONES		TOTAL		
ACTIVOS FIJOS	\$	12.400.000	100%	\$	-		\$	12.400.000	31%
CAPITAL DE TRABAJO	\$	-		\$	-		\$	28.000.000	69%
Total general	\$	12.400.000		\$	-		\$	28.000.000	
DISTRIBUCION INVERSION		30.69%				69.31%		40.400.000	

ACTIVOS FIJOS				
Periodo de inversión:	Inicio del proyecto		OTRAS FUENTES	TOTAL
	APORTES	CRÉDITO		
TERRENOS				
EDIFICIOS				
MAQUINAS				
EQUIPOS	800.000			800.000
VEHICULOS				
MUEBLES Y ENSERES				
HERRAMIENTAS	10.200.000			10.200.000
COMPUTAD. PRODUC.				
COMPUTAD. ADMON.	1.400.000			1.400.000
CAPITAL DE TRABAJO			28.000.000	28.000.000
TOTAL	12.400.000		28.000.000	40.400.000

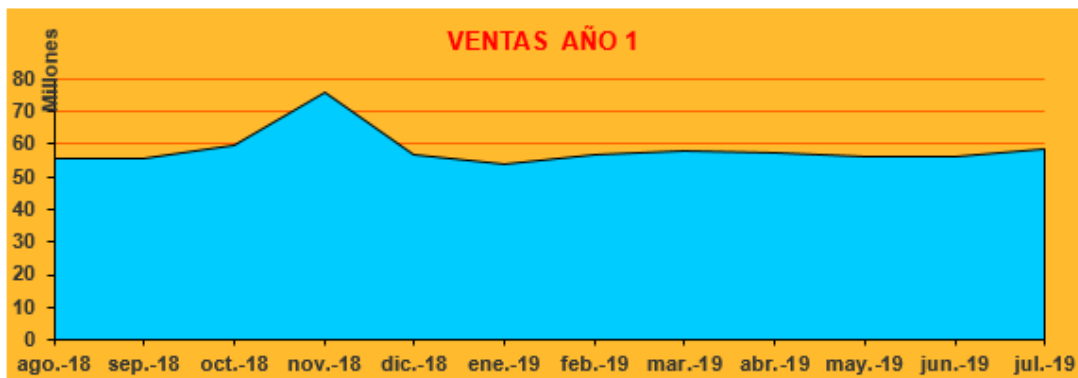


LA INVERSIÓN TOTAL PARA A LA REALIZACIÓN DEL PROYECTO ES DE \$40.400.000. SE APORTA EL 30,69% CON RECURSOS PROPIOS, Y SE OBTENDRÍAN RECURSOS DE DONACIONES O SUBVENCIONES POR EL 69,31%. DE LA INVERSIÓN SE DESTINA PARA CAPITAL DE TRABAJO EL 69,31% Y PARA ACTIVOS FIJOS EL 30,69%

DEW

VENTAS AÑO 1

PERIODO	\$	%
ago/2018	55.740.000	7,95%
sep/2018	55.740.000	7,95%
oct/2018	59.740.000	8,52%
nov/2018	75.608.000	10,79%
dic/2018	57.052.000	8,14%
ene/2019	53.801.000	7,68%
feb/2019	56.870.000	8,11%
mar/2019	58.200.000	8,30%
abr/2019	57.330.000	8,18%
may/2019	56.210.000	8,02%
jun/2019	56.240.000	8,03%
jul/2019	58.270.000	8,31%

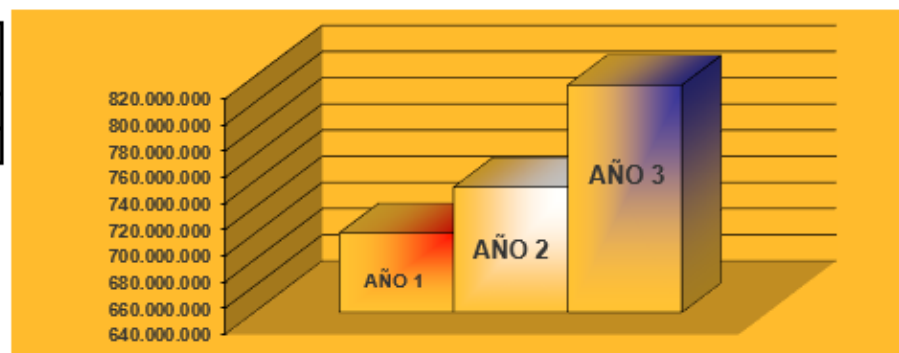


LAS VENTAS INICIAN EN EL MES 8 DEL 2018. EN EL PRIMER AÑO SE ESPERA VENDER 700,8 MILLONES DE PESOS. SE CONFÍA TENER LA MAYOR VENTA EN EL MES 4 DE LA PROYECCIÓN, POR VALOR DE 75,61 MILLONES DE PESOS.

VENTAS PROYECTADAS AÑOS 2 Y 3

PERIODO	\$	PROM.MES	CRECIMIENTO ANUAL
AÑO 1	700.801.000	58.400.083	
AÑO 2	735.681.000	61.306.750	4,98%
AÑO 3	813.839.000	67.819.917	10,62%

EN EL SEGUNDO AÑO SE PRESUPUESTA INCREMENTAN LAS VENTAS EN UN 4,98% TENIENDO VENTAS PROMEDIO MENSUALES DE 61,31 MILLONES DE PESOS. PARA EL TERCER AÑO SE ESPERA TENER VENTAS POR 813,84 MILLONES DE PESOS. CORRESPONDIENTE A UN CRECIMIENTO DEL 10,62% CON RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

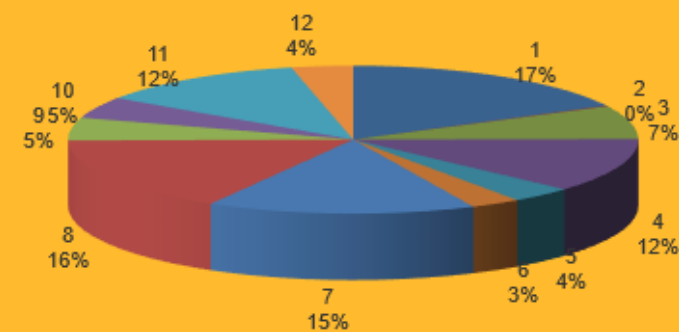


VENTAS TOTALES POR PRODUCTO

PRODUCTO	EN PESOS		EN UNIDADES	
	VENTAS AÑO	%	VENTAS AÑO	%
Diafragma remachado de licuadora	122.000.000	17,41%	6.100	9,71%
Empaque de vaso	1.071.000	0,15%	11.900	18,94%
Porta vaso	51.280.000	7,32%	6.410	10,20%
Vaso de licuadora	83.160.000	11,87%	3.780	6,02%
fusible para olla presion	24.520.000	3,50%	6.130	9,76%
buje	19.880.000	2,84%	4.970	7,91%
Bobina	106.750.000	15,23%	3.050	4,85%
Inducido	115.520.000	16,48%	3.040	4,84%
Rodamientos	34.920.000	4,98%	3.880	6,18%
Tapa de licuadora	32.800.000	4,68%	6.560	10,44%
Magnetron	84.400.000	12,04%	2.110	3,36%
Fusible ceramico	24.500.000	3,50%	4.900	7,80%
TOTAL	700.801.000	100,00%	62.830	100,00%

EL PRODUCTO DE MAYOR VENTA EN EL AÑO 1 ES DIAFRAGMA REMACHADO DE LICUADORA EL CUAL PARTICIPA CON UN 17,41%. EL PRODUCTO DE MENOR PARTICIPACIÓN EN EL PORTAFOLIO ES EMPAQUE DE VASO CON UNA CONTRIBUCIÓN DE SOLO EL 0,15%

PARTICIPACION EN VENTAS

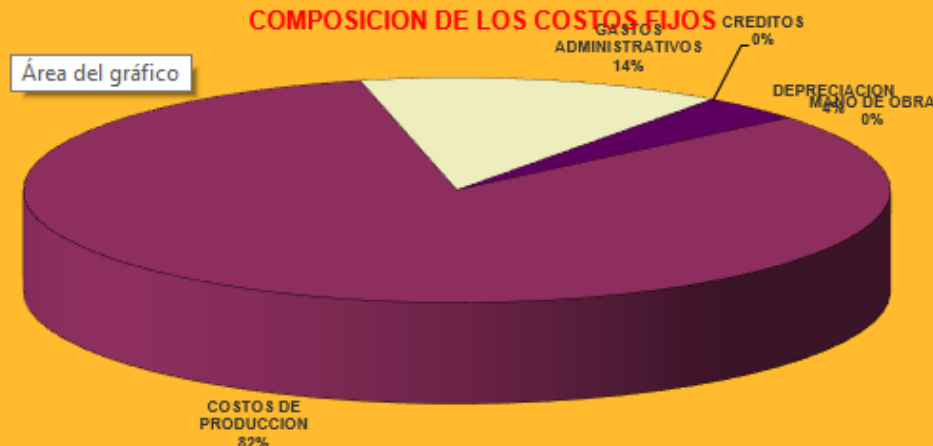


COMPOSICION DE LOS COSTOS FIJOS

TIPO DE COSTO	MENSUAL	ANUAL
MANO DE OBRA	\$ -	\$ -
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 19.284.400	\$ 231.412.800
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.183.333	\$ 38.200.000
CREDITOS	\$ -	\$ -
DEPRECIACION	\$ 902.222	\$ 10.826.667
TOTAL	\$ 22.467.733	\$ 280.439.467

LOS COSTOS Y GASTOS FIJOS DEL PRIMER AÑO, ASCIENDEN A \$280.439.467, NO SE PRESUPUESTA MANO DE OBRA, SE ESTABLECEN 231,4128 MILLONES DE PESOS EN COSTOS DE PRODUCCION, SE CALCULAN 38,2 MILLONES DE PESOS PARA GASTOS ADMINISTRATIVOS, NO SE ESTUDIAN CREDITOS. SE CONTABILIZAN 10,8266666666667 MILLONES DE PESOS PARA DEPRECIACION

COMPOSICION DE LOS COSTOS FIJOS



MARGEN DE CONTRIBUCION

PRODUCTOS	PRECIO DE VENTA	MATERIA PRIMA	M.O. VARIABLE	GASTOS DE VENTA	TOTAL COSTOS VARIABLES	MARGEN DE CONTRIBUCION	CONTRIBUCION A VENTAS	TOTAL
Diafragma remachado de licuadora	20.000	14.000	Área del gráfico	40	14.040	5.960	29,80%	5,19%
Empaque de vaso	90	10		0	10	80	88,69%	0,14%
Porta vaso	8.000	4.000		16	4.016	3.984	49,80%	3,64%
Vaso de licuadora	22.000	15.000		44	15.044	6.956	31,62%	3,75%
fusible para olla presion	4.000	1.800		8	1.808	2.192	54,80%	1,92%
buje	4.000	2.500		8	2.508	1.492	37,30%	1,06%
Bobina	35.000	17.000		70	17.070	17.930	51,23%	7,80%
Inducido	38.000	20.000		76	20.076	17.924	47,17%	7,78%
Rodamientos	9.000	6.000		18	6.018	2.982	33,13%	1,65%
Tapa de licuadora	5.000	2.500		10	2.510	2.490	49,80%	2,33%
Magnetron	40.000	25.000		80	25.080	14.920	37,30%	4,49%
Fusible ceramico	5.000	2.000		10	2.010	2.990	59,80%	2,09%
							ANO 2	41,84%
							100,00%	41,84%

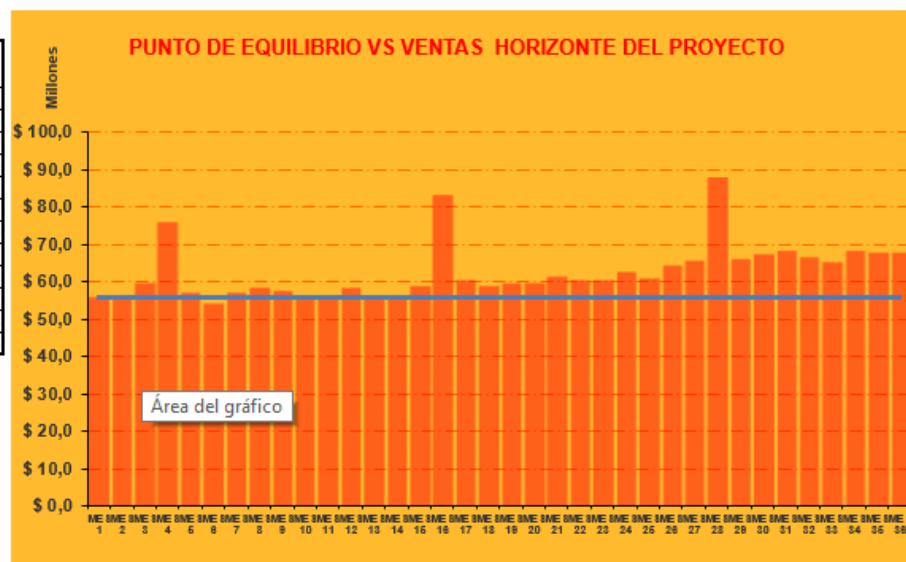
EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA ES 41,84% LO CUAL SE INTERPRETA ASÍ: POR CADA PESO QUE VENDA LA EMPRESA SE OBTIENEN 42 CENTAVOS PARA CUBRIR LOS COSTOS Y GASTOS FIJOS DE LA EMPRESA Y GENERAR UTILIDAD. EL PRODUCTO CON MAYOR MARGEN DE CONTRIBUCIÓN ES EMPAQUE DE VASO, DIAFRAGMA REMACHADO DE LICUADORA ES EL PRODUCTO DE MENOR MARGEN DE CONTRIBUCIÓN.

PUNTO DE EQUILIBRIO

VENTAS TOTALES ANUALES: \$ 670.297.823

PRODUCTOS	VENTAS ANUALES	UNIDADES ANUALES	VENTAS MENSUALES	UNIDADES MENSUALES
Diafragma remachado de licuadora	116.689.808	5.834	9.724.151	486,21
Empaque de vaso	1.024.383	11.382	85.365	948,50
Porta vaso	49.047.978	6.131	4.087.332	510,92
Vaso de licuadora	79.540.364	3.615	6.628.364	301,29
fusible para olla presion	23.452.739	5.863	1.954.395	488,60
buje	19.014.700	4.754	1.584.558	396,14
Bobina	102.103.582	2.917	8.508.632	243,10
Inducido	110.491.858	2.908	9.207.655	242,31
Rodamientos	33.400.066	3.711	2.783.339	309,26
Tapa de licuadora	31.372.342	6.274	2.614.362	522,87
Magnetron	80.726.392	2.018	6.727.199	168,18
Fusible ceramico	23.433.609	4.687	1.952.801	390,56
TOTAL VENTAS ANUALES	\$ 670.297.823	VENTAS MENSUALES	\$ 55.858.152	

TENIENDO EN CUENTA LA ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS FIJOS Y EL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA, SE LLEGA A LA CONCLUSIÓN QUE LA ORGANIZACIÓN REQUIERE VENDER \$670.297.823 AL AÑO PARA NO PERDER NI GANAR DINERO. SE REQUIEREN VENTAS MENSUALES PROMEDIO DE 55,9 MILLONES DE PESOS. AL ANALIZAR LAS PROYECCIONES DE VENTAS SE DETERMINA QUE LA EMPRESA, EN EL PRIMER AÑO, ALCANZA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.



ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS MENSUAL (PRIMER AÑO)												
<div>SENE VENTAS PUNTO MIES DU</div> <div>Valor: 67.508.000,00</div>												
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	55.740.000	55.740.000	59.740.000	75.608.000	57.052.000	53.801.000	56.870.000	58.200.000	*****	56.210.000	56.240.000	*****
- COSTO DE VENTAS	52.446.622	52.446.622	55.246.622	64.153.622	53.262.622	51.024.622	53.177.622	53.936.622	53.239.622	52.727.622	52.812.622	53.962.622
UTILIDAD BRUTA	3.293.378	3.293.378	4.493.378	11.454.378	3.789.378	2.776.378	3.692.378	4.263.378	4.090.378	3.482.378	3.427.378	4.307.378
- GASTOS ADMON.	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333
- GASTOS DE VENTAS	111.480	111.480	119.480	151.216	114.104	107.602	113.740	116.400	114.660	112.420	112.480	116.540
UTILIDAD OPERACIONAL	-1.436	-1.436	1.190.564	8.119.828	491.940	-514.558	395.304	963.644	792.384	186.624	131.564	1.007.504
- OTROS EGRESOS												
- PREOPERATIVOS	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405	327.405
UTILIDAD A. DE IMP.	\$ -328.841	\$ -328.841	\$ 863.159	\$ 7.792.423	\$ 164.535	\$ -841.963	\$ 67.899	\$ 636.239	\$ 464.979	\$ -140.781	\$ -195.841	\$ 680.099

EL ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO PARA EL PRIMER AÑO, MUESTRA QUE LAS METAS DE VENTAS SON SUFICIENTES PARA CUBRIR LOS COSTOS Y GASTOS TOTALES. LA RENTABILIDAD SOBRE VENTAS DEL PROYECTO ES DE 0,11% MENSUAL

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL

	ANO 1	ANO 2	ANO 3
VENTAS	700.801.000	735.681.000	813.839.000
INV. INICIAL			
+ COMPRAS	406.198.000	426.192.000	472.467.000
- INVENTARIO FINAL			
= COSTO INVENTARIO UTILIZADO	406.198.000	426.192.000	472.467.000
+ MANO DE OBRA FIJA			
+ MANO DE OBRA VARIABLE			
+ COSTOS FIJOS DE PRODUCCION	231.412.800	231.412.800	231.412.800
+ DEPRECIACION Y DIFERIDOS	10.826.667	10.826.667	10.826.667
TOTAL COSTO DE VENTAS	648.437.467	668.431.467	714.706.467
UTILIDAD BRUTA (Ventas - costo de ventas)	52.363.533	67.249.533	99.132.533
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.200.000	38.200.000	38.200.000
GASTOS DE VENTAS	1.401.602	1.471.362	1.627.678
UTILIDAD OPERACIONAL (utilidad bruta- G.F.)	12.761.931	27.578.171	59.304.855
- OTROS EGRESOS			
- GASTOS FINANCIEROS			
- GASTOS PREOPERATIVOS	3.928.860		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (U.O. - Otr G.)	8.833.071	27.578.171	59.304.855
IMPUESTOS	3.003.244	9.100.797	19.570.602
UTILIDAD NETA	\$ 5.829.827	\$ 18.477.375	\$ 39.734.253

ANALISIS DE
SENSIBILIDAD

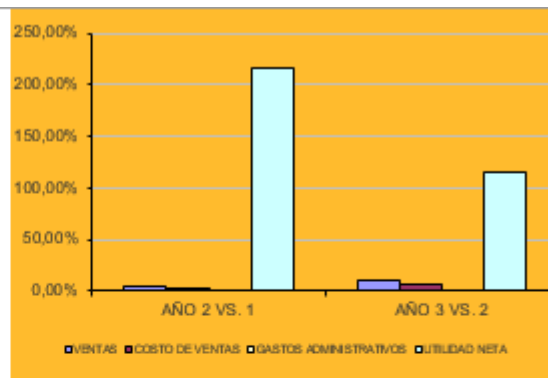
EL ESTADO DE RESULTADOS EN EL PRIMER AÑO, MUESTRA UNA UTILIDAD POR 5,83 MILLONES DE PESOS. LA RENTABILIDAD BRUTA ES DEL 7,47% ANUAL. SE ACONSEJA REVISAR CON DETENIMIENTO LOS PRECIOS DE VENTA, LA PROYECCION DE VENTA Y LOS COSTOS VARIABLES. LA RENTABILIDAD OPERACIONAL ES DEL 1,82% ANUAL. SE SUGIERE REPASAR LA ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS FIJOS. LA RENTABILIDAD SOBRE VENTAS ES DE 0,83% ANUAL. SE PROPONE REVISAR CON DETENIMIENTO LOS COSTOS FINANCIEROS Y LA RECUPERACION DE CAPITAL DE LOS COSTOS PREOPERATIVOS.

CAMBIOS PORCENTUALES DEL PRIMER AÑO

	AÑO 2 VS. 1	AÑO 3 VS. 2
VENTAS	4,98%	10,62%
COSTO DE VENTAS	3,08%	6,92%
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
UTILIDAD NETA	216,95%	115,04%

PARA EL SEGUNDO AÑO LAS VENTAS CRECEN UN 4,98% Y LOS COSTOS DE VENTAS SUBEN UN 3,08% LA EMPRESA DENOTA EFICIENCIA OPERATIVA MUY BAJA LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS SE REDUCEN EN UN 0%

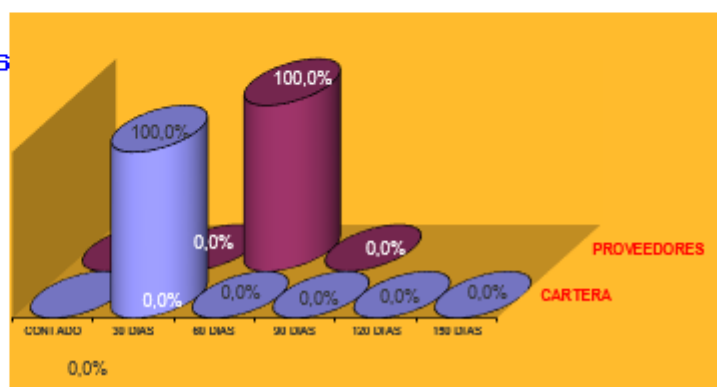
EN EL TERCER AÑO LOS COSTOS DE VENTAS SE INCREMENTAN EN UN 6,92%. MIENTRAS QUE LAS VENTAS ASCIENDE UN 10,62%. LA EMPRESA DENOTA EFICIENCIA OPERATIVA BAJA



COMPORTAMIENTO DE CARTERA Y PAGO A PROVEEDORES

TIEMPO	CARTERA	PROVEEDORES
CONTADO		
30 DIAS	100%	
60 DIAS		100,00%
90 DIAS		
120 DIAS		
150 DIAS		

LA EMPRESA VENDE A 30 DIAS EL 100%
LA EMPRESA CUMPLA, EL 100% A 60 DIAS LA EMPRESA DEBE TENER PRESENTE LA CARTERA PARA QUE EL FLUJO DE EFECTIVO NO SE AFECTE



FLUJO DE FONDOS MENSUAL

CONCEPTO	PREOPER.	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	(CONTINUACION)	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
INGRESOS OPERATIVOS														
VENTAS DE CONTADO														
VENTAS A 30 DIAS			55.740.000	55.740.000	59.740.000	75.608.000	57.052.000		53.801.000	56.870.000	58.200.000	57.330.000	56.210.000	56.240.000
VENTAS A 60 DIAS														
VENTAS A 90 DIAS														
VENTAS A 120 DIAS														
VENTAS A 150 DIAS														
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS			55.740.000	55.740.000	59.740.000	75.608.000	57.052.000		53.801.000	56.870.000	58.200.000	57.330.000	56.210.000	56.240.000
EGRESOS OPERATIVOS														
MATERIA PRIMA				32.260.000	32.260.000	35.060.000	43.967.000		33.076.000	30.838.000	32.991.000	33.750.000	33.053.000	32.541.000
GASTOS DE VENTA		111.480	111.480	119.480	151.216	114.104	107.602		113.740	116.400	114.660	112.420	112.480	116.540
MANO DE OBRA VARIABLE														
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA														
OTROS COSTOS DE PRODUCCION		19.284.400	19.284.400	19.284.400	19.284.400	19.284.400	19.284.400		19.284.400	19.284.400	19.284.400	19.284.400	19.284.400	19.284.400
GASTOS ADMINISTRATIVOS		3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333		3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333	3.183.333
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS		22.579.213	22.579.213	54.847.213	54.878.949	57.641.837	66.542.335		55.657.473	53.422.133	55.573.393	56.330.153	55.633.213	55.125.273
FLUJO NETO OPERATIVO		-22.579.213	33.160.787	892.787	4.861.051	17.966.163	-9.490.335		-1.856.473	3.447.867	2.626.607	999.847	576.787	1.114.727
INGRESOS NO OPERATIVOS														
APORTES														

ACTIVOS FIJOS	12.400.000													
CAPITAL DE TRABAJO	28.000.000													
FINANCIACION														
ACTIVOS FIJOS														
CAPITAL DE TRABAJO														
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	40.400.000													
EGRESOS NO OPERATIVOS														
GASTOS PREOPERATIVOS	3.928.860													
AMORTIZACIONES														
GASTOS FINANCIEROS														
IMPUESTOS														
ACTIVOS DIFERIDOS														
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	12.400.000													
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	16.328.860													
FLUJO NETO NO OPERATIVO	24.071.140													
FLUJO NETO	\$ 24.071.140	\$ -22.579.213	\$ 33.160.787	\$ 892.787	\$ 4.861.051	\$ 17.966.163	\$ -9.490.335	\$ -1.856.473	\$ 3.447.867	\$ 2.626.607	\$ 999.847	\$ 576.787	\$ 1.114.727	
+ SALDO INICIAL		\$ 24.071.140	\$ 1.491.927	\$ 34.652.713	\$ 35.545.500	\$ 40.406.551	\$ 58.372.713	\$ 48.882.378	*****	\$ 50.473.771	\$ 53.100.378	\$ 54.100.225	\$ 54.677.011	\$ 55.791.738
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 24.071.140	\$ 1.491.927	\$ 34.652.713	\$ 35.545.500	\$ 40.406.551	\$ 58.372.713	\$ 48.882.378	\$ 47.025.905	\$ 50.473.771	\$ 53.100.378	\$ 54.100.225	\$ 54.677.011	\$ 55.791.738	

EL PROYECTO PRESENTA SU MENOR SUPERAVIT EN EL MES 1 POR VALOR DE \$1.491.927, ES NECESARIO QUE SE DESCUENTE DEL VALOR DE LOS INVENTARIOS, EN CASO DE SER REQUERIDOS. CON ESTE VALOR EL PROYECTO ES VIABLE.

CAPITAL DE TRABAJO

FLUJO DE FONDOS ANUAL				
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INGRESOS OPERATIVOS				
VENTAS DE CONTADO				
VENTAS A 30 DIAS	642.531.000	732.774.880	807.296.994	
VENTAS A 60 DIAS				
VENTAS A 90 DIAS				
VENTAS A 120 DIAS				
VENTAS A 150 DIAS				
TOTAL INGRESOS OPERATIVO:	642.531.000	732.774.880	807.296.994	
EGRESOS OPERATIVOS				
MATERIA PRIMA	339.796.000	422.929.232	464.969.979	
GASTOS DE VENTA	1.401.602	1.471.362	1.627.678	
MANO DE OBRA VARIABLE				
MANO DE OBRA DIRECTA FIJA				
OTROS COSTOS DE PRODUCCION	231.412.800	231.412.800	231.412.800	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	38.200.000	38.200.000	38.200.000	
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	610.810.402	694.013.394	736.210.457	
FLUJO NETO OPERATIVO	31.720.598	38.761.485	71.086.537	
INGRESOS NO OPERATIVOS				
APORTES				
ACTIVOS FIJOS	12.400.000			
CAPITAL DE TRABAJO	28.000.000			
FINANCIACION				
ACTIVOS FIJOS				
CAPITAL DE TRABAJO				
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS	40.400.000			

EGRESOS NO OPERATIVOS

GASTOS PREOPERATIVOS	3.928.860		
AMORTIZACIONES			
GASTOS FINANCIEROS			
IMPUESTOS		3.003.244	9.100.797
ACTIVOS DIFERIDOS			
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS	12.400.000		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	\$ 16.328.860	\$ 3.003.244	\$ 9.100.797
FLUJO NETO NO OPERATIVO	\$ 24.071.140	\$ -3.003.244	\$ -9.100.797
FLUJO NETO	\$ 55.791.738	\$ 35.758.241	\$ 61.985.740
+ SALDO INICIAL	\$ 24.071.140	\$ 55.791.738	\$ 91.549.979
SALDO FINAL ACUMULADO	\$ 55.791.738	\$ 91.549.979	\$ 153.535.720

EL PROYECTO POSEE UNA INVERSIÓN DE \$40.400.000. AL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN ARROJA UN FLUJO DE EFECTIVO DE 55,79 MILLONES, PARA EL SEGUNDO AÑO, EL VALOR ES DE 35,76 MM Y PARA EL TERCERO DE 61,99 MM. LA VIABILIDAD FINANCIERA SE DETERMINA A TRAVÉS DE TRES INDICADORES, EL PRIMERO DE ELLOS ES LA TASA INTERNA DE RETORNO O TIR LA CUAL ES DE 113,31. SE INTERPRETA COMO: EL PROYECTO ARROJA UNA RENTABILIDAD DEL 113,31 PROMEDIO ANUAL. ESTA RENTABILIDAD SE CONSIDERA MUY ALTA, SE RECOMIENDA QUE SE REVISEN LAS CIFRAS DE VENTAS Y COSTOS, O SE JUSTIFIQUE SU VALOR.

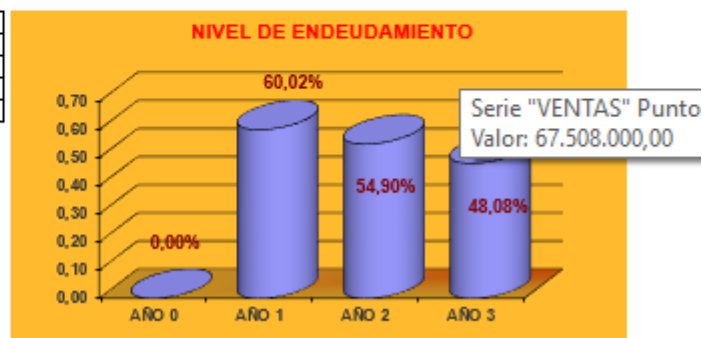
EL SEGUNDO INDICADOR ES EL VALOR PRESENTE NETO, PARA SU CALCULO ES NECESARIO LA TASA DE DESCUENTO O TASA DE INTERES DE OPORTUNIDAD QUE SE SOLICITO EN LA ENTRADA DE DATOS, (OTROS PARAMETROS), DONDE USTED DIGITO EL 15%, EL VALOR ARROJADO DEL CALCULO ES \$75.909.553. SE INTERPRETA COMO: EL PROYECTO ARROJA 76 MILLONES ADICIONALES AL INVERTIR LOS RECURSOS EN ESTE PROYECTO QUE EN UNO QUE RENTE, EL 15% ANUAL, POR LO TANTO SE SUGIERE CONTINUAR CON EL PROYECTO.

EL TERCER INDICADOR DE VIABILIDAD FINANCIERA ES EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN O PRI. SE CALCULA CON EL ESTADO DE RESULTADOS SUMANDO LAS UTILIDADES Y RESTANDO LA INVERSIÓN HASTA OBTENER CERO. LA INVERSIÓN ES DE \$40.400.000. COMO LA SUMA DE LAS UTILIDADES DE LOS TRES AÑOS ES SUPERIOR SE AFIRMA QUE LA INVERSIÓN SE RECUPERA EN EL TERCER AÑO.

BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVO	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
CAJA	24.071.140	55.791.738	91.549.979	153.535.720
CUENTAS POR COBRAR		58.270.000	61.176.120	67.718.126
INVENTARIOS				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	24.071.140	114.061.738	152.726.099	221.253.846
ACTIVOS SIN DEPRECIACION	12.400.000	12.400.000	12.400.000	12.400.000
DEPRECIACION		10.826.667	21.653.333	32.480.000
TOTAL ACTIVO FIJO NETO	12.400.000	1.573.333	-9.253.333	-20.080.000
OTROS ACTIVOS	3.928.860			
TOTAL ACTIVOS	40.400.000	115.635.071	143.472.766	201.173.846
PASIVO				
CUENTAS POR PAGAR		66.402.000	69.664.768	77.161.789
PRESTAMOS				
IMPUESTOS POR PAGAR		3.003.244	9.100.797	19.570.602
PRESTACIONES SOCIALES				
TOTAL PASIVO		69.405.244	78.765.564	96.732.391
PATRIMONIO				
CAPITAL	40.400.000	40.400.000	40.400.000	40.400.000
UTILIDADES RETENIDAS			5.829.827	24.307.202
UTILIDADES DEL EJERCICIO		5.829.827	18.477.375	39.734.253
TOTAL PATRIMONIO	40.400.000	46.229.827	64.707.202	104.441.455
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	40.400.000	115.635.071	143.472.766	201.173.846

EL BALANCE GENERAL PROYECTADO SE ANALIZA BASICAMENTE CON DOS INDICADORES, EL PRIMERO DE ELLOS ES LA RAZON DE LIQUIDEZ. ESTE INDICADOR ES UNA BUENA MEDIDA DE LA CAPACIDAD DE PAGO DE LA EMPRESA EN EL CORTO PLAZO. ENTRE "MÁS LÍQUIDO" SEA EL ACTIVO CORRIENTE MÁS SIGNIFICATIVO ES SU RESULTADO. PARA SU ANÁLISIS DEBE TENERSE EN CUENTA LA CALIDAD Y EL CARÁCTER DE LOS ACTIVOS CORRIENTES, EN TÉRMINOS DE SU FACILIDAD DE CONVERSIÓN EN DINERO Y LAS FECHAS DE VENCIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES EN EL AL TERMINAR EL PRIMER AÑO, PARA EL PROYECTO SE CONCLUYE QUE POR CADA PESO DE PASIVO CORRIENTE QUE DEBE, LA EMPRESA TIENE \$1,64 PESOS DE ACTIVO LÍQUIDO CORRIENTE PARA CUBRIRLO. SE CONSIDERA QUE UNA RAZÓN CORRIENTE IDEAL ES SUPERIOR A 2.5 A 1, ES DECIR, QUE POR CADA PESO QUE SE ADEUDA EN EL CORTO PLAZO SE TIENEN DOS Y MEDIO PESOS COMO RESPALDO.



EL SEGUNDO INDICADOR AYUDA A DETERMINAR LA CAPACIDAD QUE TIENE LA EMPRESA PARA CUBRIR SUS OBLIGACIONES CON TERCEROS A CORTO Y LARGO PLAZO. SE LE DENOMINA NIVEL DE ENDEUDAMIENTO. ES IMPORTANTE CONOCER LA DISCRIMINACIÓN DEL PASIVO TOTAL. UNA EMPRESA PUEDE TENER UN ENDEUDAMIENTO ALTO, PERO SI LA MAYOR PARTE DE ÉSTE ES A LARGO PLAZO ELLA NO TENDRÁ LAS DIFICULTADES QUE HA DE SUPONER UN INDICADOR ALTO.

EN EL MOMENTO DE ARRANQUE DE LA EMPRESA SE OBSERVA QUE NO POSEE NIVEL DE ENDEUDAMIENTO LO CUAL SE CONSIDERA FAVORABLE PARA SU OPERACIÓN Y VIABILIDAD

AL TERMINAR EL PRIMER AÑO, EL 60,02% DE LOS ACTIVOS ESTÁN RESPALDADOS CON RECURSOS DE LOS ACREEDORES, SE CONSIDERA QUE UN NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DEL 60% ES MANEJABLE, UN ENDEUDAMIENTO MENOR MUESTRA UNA EMPRESA EN CAPACIDAD DE CONTRAER MÁS OBLIGACIONES, MIENTRAS QUE UN ENDEUDAMIENTO MAYOR MUESTRA UNA EMPRESA A LA QUE SE LE PUEDE DIFICULTAR LA CONSECUCCIÓN DE MÁS FINANCIAMIENTO.

EN LAS GRAFICAS SE PUEDE VISUALIZAR LA EVOLUCION DE LOS DOS INDICADORES, LO IDEAL ES QUE LA RAZON CORRIENTE SUBA, Y EL NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DISMINUYA.






DEW

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TITULO COMPLETO		
DEW Distribución y Comercialización S.A.S		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
Cepeda Figueredo	Wilmer Yesid	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
Catumba	Juan Carlos	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
Finanzas y Comercio Exterior	Pregrado	X
	Especialización	
	Maestría	
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
Bogotá D.C	2017	122
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
Repuestos electrodomésticos	Spares household appliances	
Plan de Empresa	Bussines plan	
Pymes nacionales	National companies	
RESUMEN (Máximo 250 palabras)		
<p>El sector de los repuestos electrodomésticos se ha visto marginado y degradado debido al poco interés de las grandes multinacionales por traer insumos y repuestos de sus máquinas al país por tal motivo este plan de empresa se realiza con el fin de ofrecer los repuestos electrodomésticos de ollas a presión, licuadoras, microondas y estufas a todas las pymes nacionales relacionadas con el sector de los electrodomésticos especialmente las de la ciudad de Bogotá en los sectores de Ciudad Bolívar, Puente Aranda y Chapinero Colombia.</p>		

Con la oportunidad de adquirir insumos y repuestos de los mismo a un precio competitivo y de calidad, entrando al mercado como un intermediario nace la empresa DEW (DEW Distribución y Comercialización S.A.S) que acercará a la pyme nacional con el fabricante internacional con lo cual aumentará la calidad del trabajo de las pymes dedicadas a esta labor.

 <p>Unipresarial <small>UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA</small></p>	<p>OPCION DE GRADO</p> <p>FORMATO DE APROBACIÓN POR PARTE DEL ASESOR / TUTOR</p>	<p>DAE</p>
--	--	-------------------

Señores
Vicerrectoría
UNIEMPRESARIAL

Por medio de la presente, en mi condición de tutor temático metodológico manifesté mi **conocimiento y aprobación** la siguiente opción de grado:

Título:	DEW distribución y Comercialización
Concepto: <i>Favorable.</i>	<i>Favorable.</i>

Realizado bajo la opción de grado:

Trabajo de grado	Semillero	Misión Empresarial	Diplomado	Plan de Negocio
				X

Elaborado por el (los) estudiante (s):

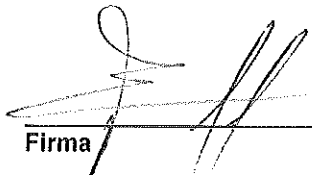
Nombre	Programa	Promoción	Código del estudiante
Wilmer Cepeda	Pincomex	19	100006971

Donde se garantiza su pertinencia, contenido y calidad; también se confirma que cumple con el **Régimen de Propiedad Intelectual** y que este no atenta contra los derechos de autor de terceros, de acuerdo al análisis anti plagio que he efectuado.

Agradezco su atención.

Cordialmente,

Juan Carlos Portuondo
Nombre del tutor


Firma

Número de identificación 79652946

LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.

Los suscritos

Wilmer Yesid Cepeda Agüero con C.C. N° 1018477351

_____ con _____ C.C.
N° _____,

_____ con C.C. N° _____
actuando en calidad de autor(es) de la (obra), (el trabajo de grado),
(presentación), (conferencia), (escrito en general, que lleva por título

elaborada para efectos de Optar por título (optar por el título)
(participar en el seminario o evento), de
Finanzas y Comercio Exterior (Programa académico)

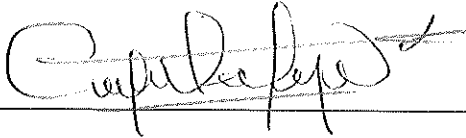
Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá el año 2017 del mes 9 a los 20 días.

FIRMA

Firma  C.C. 1018477351

Firma _____ C.C. _____

Firma _____ C.C. _____

Bogotá D.C., 20 Sep. 2017

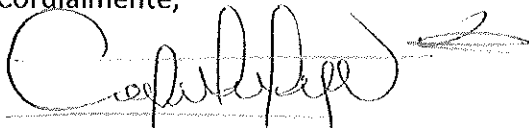
Señores
Dirección Académica y Empresarial
UNIEMPRESARIAL
Ciudad

Respetados Señores:

Por medio de la presente hago entrega del trabajo de grado para optar al título de

Profesional en Finanzas y Comercio
Exterior

Cordialmente,


c.c. 1018477351

Wilmer Yesid
Cepeda Figueredo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS				
ASISTENCIA TUTORÍAS TRABAJOS DE GRADO				
2017 - I				
NOMBRES Y APELLIDOS ESTUDIANTES	1. Wilmer Yesid Cepeda Fiqueredo			PROGRAMA
	2.			finanzas y Comercio Ext.
	3.			
FECHA	HORA DE INICIO	HORA FINALIZACIÓN	TEMAS DE ASESORÍA	OBSERVACIONES
4-8-17	1:00 pm	2:30 pm	Reduccion, Estadísticas	Reporar Redacción
8-8-17	2:00 pm	3:00 pm	Asesoria Trabajo de grado	Ajustar Protección en ventas
11-8-17	2:00 pm	3:00 pm	Asesoria Trabajo de grado	Ajustar recursos de la empresa
14-8-17	2:00 pm	3:00 pm	Asesoria trabajo de grado	Ajustar Organización y gestion.
18-8-17	2:00 pm	5:00 pm	Asesoria trabajo de grado	Aseglar parte financiera
25-8-17	2:00 pm	3:20 pm	Asesoria Trabajo de grado	Trabajo final
1-9-17	2:00 pm	3:00 pm	Asesoria Trabajo de grado	Trabajo final
5-9-17	3:00 pm	4:00 pm	Asesoria Trabajo de grado	Punto fuertes y debiles
8-9-17	3:00 pm	4:00 pm	Asesoria Trabajo de grado	Final.
NOMBRE DOCENTE			Swan Bailey Patumbao	c.c
				796529416